



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
LODGE TEMÁTICO ANDINO EN LA PARROQUIA SAN JUAN,
CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN ECOTURISMO**

WILMER EMILIO GUSNIAY PADILLA

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: el trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE TEMÁTICO ANDINO EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, de responsabilidad del señor egresado Wilmer Emilio Gusniay Padilla, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Christiam Aguirre

DIRECTOR

Eco. Flor Quinchuela

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, Marzo de 2014

DEDICATORIA

CON PROFUNDO E INFINITO AMOR Y AGRADECIMIENTO DEDICO MI TESIS A
MIS **PADRES** POR AYUDARME A SER LO QUE SOY

EMILIO GUSNIAY

GLADIS ALLAUCA

A MIS ABUELITOS MANUEL ALLAUCA Y BALERIANA ANAGUARQUI

A MI HERMANA AYNARA GUSNIAY QUIEN CON SUS LOCURAS HAN ALEGRADO
MIS DIAS TRISTES Y A PESAR DE TRAVESURAS HAN LOGRADO SACAR UNA
SONRISA DE DONDE NO EXISTIÓ ERES ÚNICA MI CHIQUITA

A UNA PERSONA MUY ESPECIAL, POR ACEPTARME TAL COMO SOY Y ESTAR
SIEMPRE A MI LADO A PESAR DE MIS ERRORES Y DEFECTOS

Y EN GENERAL A TODAS LAS PERSONAS QUE DE UNA U OTRA FORMA CONFIAN
SIEMPRE EN MÍ

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso por estar siempre a mi lado y llevarme a la feliz culminación de mi carrera profesional.

A la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo por haberme acogido durante mi preparación profesional.

A Christiam Aguirre por ser un gran amigo y excelente docente que ha sabido guiarme con su sapiencia y ejemplo para realizar el presente trabajo y ayudarme a convertirme en un gran profesional.

A todos mis profesores y personas que me ayudaron a la culminación de mis estudios

A todos mis amig@s de la escuela de ingeniería en ecoturismo y los que están fuera quienes siempre han sabido estar ahí para darme un abrazo de aliento y ánimo para salir de los momentos difíciles

Wilmer Emilio Gusniay P.

TABLA DE CONTENIDOS

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE TEMÁTICO ANDINO EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....	1
II. INTRODUCCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
A. JUSTIFICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
B. OBJETIVOS.....	¡Error! Marcador no definido.
1. Objetivo general	3
2. Objetivos específicos.....	3
C. HIPÓTESIS	4
1. Hipótesis de trabajo	4
III. REVISION BIOBLIÓGRAFICA.....	5
A. LODGE	5
1. Concepto	5
B. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL.....	5
1. Patrimonio inmaterial	6
2. Patrimonio material	10
C. INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL	10
1. Concepto.....	10
2. Administración de la información	12
D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	12
1. Concepto de factibilidad	12
2. Objetivos que detrrinan la factibilidad	13
3. Estructura.....	13
4. Evaluación de un proyecto factible	13

5. Proyecto factible	14
E. ESTUDIO DE MERCADO.....	14
1. Antecedentes del estudio de mercado	14
2. Ámbito de aplicación del estudio de mercado.....	15
3. Análisis de la demanda	17
F. ESTUDIO DE TÉCNICO	17
1. Capacidad de la planta.....	17
2. Proceso de producción del producto	18
G. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	19
1. Organización del proyecto.....	19
2. Marco legal.....	20
H. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	21
1. Revisión del balance de situación.....	21
2. Análisis del punto de equilibrio.....	21
3. Previsión de pérdidas y ganancias	22
4. Elaboración del análisis financiero	22
IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....	23
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	23
1. Localización	23
2. Ubicación geográfica.....	23
3. Características climáticas	23
4. Clasificación ecológica.....	23
5. Materiales y equipos.....	24
B. METODOLOGÍA	24

1. Determinación del potencial turístico de la parroquia San Juan.	24
2. Determinación de la viabilidad comercial para la implementación de un lodge	26
3. Elaboración del estudio técnico.....	29
4. Elaboración del estudio socio ambiental	30
5. Estudio administrativo- legal del lodge	31
6. Elaboración del estudio económico	31
V. RESULTADOS.....	33
A. DETERMINACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SAN JUAN	33
1. Cuadro resumen del inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial	33
B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE EN LA PARROQUIA SAN JUAN.	39
1. Análisis de la oferta.....	39
2. Análisis de la demanda.....	56
3. Caracterización de la demanda.....	59
4. Perfil de la demanda nacional y extranjera.....	77
5. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años	79
C. ESTUDIO TÉCNICO.....	84
1. Análisis situacional de los elementos del sistema turístico para la implementación del lodge	84
2. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística.	100
3. Estudio de mercadotecnia o marketing mix	136
D. ESTUDIO AMBIENTAL	154
1. Estudio de impacto ambiental	154
E. ESTRUCTURA DEL MARCO ADMINISTRATIVO- LEGAL	168
1. Estudio administrativo.....	168

2. Estudio legal	175
E. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	187
1. Viabilidad económica.....	187
2. Evaluación financiera	194
VI. CONCLUSIONES	196
VII.RECOMENDACIONES	198
VIII.RESUMEN.....	199
IX. SUMMARY.....	200
X.BIBLIOGRAFIA	201
XI. ANEXOS	203

INDICE DE CUADROS

Cuadro N°01. Resumen del ámbito de tradiciones y expresiones orales del P.C.I .	33
Cuadro N°02. Resumen del ámbito de artes del espectáculo del P.C.I.....	34
Cuadro N°03. Resumen del ámbito de usos sociales, rituales y actos festivos del P.C.I.	35
Cuadro N°04. Resumen del ámbito conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo del P.C.I.....	37
Cuadro N°05. Resumen del ámbito técnicas artesanales tradicionales del P.C.I.	38
Cuadro N°06. Matriz resumen de los atractivos turísticos de la parroquia San Juan	39
Cuadro N°07. Validación del estado de conservación de los atractivos turísticos.....	41
Cuadro N°08. Servicios de hospedaje en la parroquia San Juan	43
Cuadro N°09. Servicios de alimentación en la parroquia San Juan	44
Cuadro N°10. Agencias de viajes y tour operadoras	44
Cuadro N°11. Modalidades de turismo y actividades turísticas en la parroquia San Juan	46
Cuadro N°12. Instituciones públicas, privadas, comunitarias, en la parroquia San Juan.....	48
Cuadro N°13. Características de la hosteria Abraspungo	51
Cuadro N°14. Características de la hosteria el Troje.	52
Cuadro N°15. Características de la hosteria el Toril.	53
Cuadro N°16. Características de la hosteria Andaluza.....	54
Cuadro N°17. Características de la hosteria Bambú	54
Cuadro N°18. Cálculo del universo de estudio de turistas nacionales y extranjeros .	57
Cuadro N°19. Según la edad de los turistas nacionales y extranjeros	59
Cuadro N°20. Según el género de los turistas nacionales y extranjeros	61
Cuadro N°21. Según el lugar donde viven en la actualidad de los turistas nacionales y extranjeros.....	62
Cuadro N°22. Según el nivel de educación de los turistas nacionales y extranjeros	63
Cuadro N°23. Según el número de personas de los turistas nacionales y extranjeros realizan sus salidas o paseos	64

Cuadro N°24. Según el motivo de viaje de los turistas nacionales y extranjeros.	65
Cuadro N°25. Según los días de permanencia en el lugar de visita	66
Cuadro N°26. Según la preferencia para hospedarse en un lodge temático andino en su visita al nevado Chimborazo de los turistas nacionales y extranjeros.....	67
Cuadro N°27. Según los tipos de servicios que prestaría el lodge temático andino a los turistas nacionales y extranjeros	68
Cuadro N°28. Según la capacidad de gasto por los servicios prestados por el lodge a los turistas nacionales y extranjeros	70
Cuadro N°29. Según la disposición de gasto por persona por los servicios de alimentación y hospedaje en el lodge los turistas nacionales y extranjeros	72
Cuadro N°30. Según cómo realizan sus pagos los turistas nacionales y extranjeros	74
Cuadro N°31. Según cómo obtienen información de los diferentes lugares turísticos los turistas nacionales y extranjeros	75
Cuadro N°32. Según los tipos de actividades que realizaran en el lugar los turistas nacionales y extranjeros.....	76
Cuadro N°33. Proyección de la demanda potencial para los proximos 5 años	80
Cuadro N°34. Proyección de la oferta para los proximos 5 años.....	80
Cuadro N°35. Proyección de la demanda insatisfecha para los proximos 5 años.....	81
Cuadro N°36. Proyección de la demanda objetivo para los proximos 5 años.....	81
Cuadro N°37. Preferencia de los servicios en el lodge tématco andino por los turistas nacionales	82
Cuadro N°38. Preferencia de los servicios en el lodge tématco andino por los turistas internacionales	83
Cuadro N°39. Matriz FODA del territorio	84
Cuadro N°40. Matriz de identificación y priorización de nudos críticos	88
Cuadro N°41. Matriz de identificación de factores claves de éxito	93
Cuadro N°42. Número de clientes proyectados para el lodge.....	102
Cuadro N°43. Presupuesto para la construcción del lodge temático andino	115
Cuadro N°44. Equipamiento necesario para el dormitorio	125

Cuadro N°45. Equipamiento necesario para el baño.....	126
Cuadro N°46. Equipamiento necesario para el área del recreación	127
Cuadro N°47. Equipamiento necesario para el área del comedor	128
Cuadro N°48. Equipamiento necesario para el área de cocina	128
Cuadro N°49. Requerimiento de insumos para el área de alimentación	131
Cuadro N°50. Requerimiento de materia prima para el área de alimentación	131
Cuadro N°51. Requerimiento de adquisición de la sala de exhibiciones de artesanías	133
Cuadro N°52. Requerimiento de adquisición de plantas para el huerto.....	133
Cuadro N°53. Requerimiento de combustible.....	134
Cuadro N°54. Talento humano y remuneración económica para el área productiva.....	135
Cuadro N°55. Servicios básicos	136
Cuadro N°56. Plan de comercialización para el lodge temático andino	146
Cuadro N°57. Equipo necesario para la recepción	151
Cuadro N°58. Equipo necesario para el baño de la recepción	152
Cuadro N°59. Talento humano y remuneración económica para el área comercial	153
Cuadro N°60. Evaluación de impactos ambientales del lodge PUÑUNA WASI.....	161
Cuadro N°61. Porecentaje de valores	163
Cuadro N°62. Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales	165
Cuadro N°63. Talento humano y remuneración económica para el lodge	173
Cuadro N°64. Remuneración económica del personal no dependiente del lodge.....	174
Cuadro N°65. Gastos de constitución, patentes y licencias del lodge ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N°66. Inversiones del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°67. Fuentes y usos del proyecto.	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°68. Cálculo de depreciaciones	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°69. Porcentajes de depreciación de acuerdo a los activos fijos ¡Error! Marcador no definido.	
Cuadro N°70. Amortización de los activos diferidos	¡Error! Marcador no definido.

Cuadro N°71. Cálculo del pago de la deuda	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°72. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	191
Cuadro N°73. Número de clientes por año.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°74. Estado de resultados	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°75. Balance general	193
Cuadro N°76. Cálculo del flujo de caja.....	193
Cuadro N°77. Punto de equilibrio para el producto 1	194
Cuadro N°78. Punto de equilibrio para el producto 2	194
Cuadro N°79. Evaluación financiera	194
Cuadro N°80. Periodo de recuperación del capital	195
Cuadro N°81. Receta 1	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°82. Receta 2	210
Cuadro N°83. Receta 3	211
Cuadro N°84. Receta 4	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°85. Receta 5	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°86. Receta 6	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°87. Receta 7	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°88. Receta 8	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°89. Receta 9	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°90. Receta 10.....	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°91. Receta 11	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°92. Receta 12	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°93. Receta 13	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°94. Receta 14	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°95. Receta 15	¡Error! Marcador no definido.
Cuadro N°96. Receta 16	¡Error! Marcador no definido.

Cuadro N°97. Receta 17	216
Cuadro N°98. Receta 18	216
Cuadro N°99. Receta 19	216
Cuadro N°100. Receta 20	217
Cuadro N°101. Estructura del costo de habitación	218
Cuadro N°102. Manual de funciones del Gerente / Administrados	219
Cuadro N°103. Manual de funciones del Contador(a)	220
Cuadro N°104. Manual de funciones del Mensajero	220
Cuadro N°105. Manual de funciones del Encargado(a) de mantenimiento	221
Cuadro N°106. Manual de funciones del (a) Recepcionista.....	222
Cuadro N°107. Manual de funciones del Encargado(a) de reservas	223
Cuadro N°108. Manual de funciones del (a) Chef de cocina	223
Cuadro N°109. Manual de funciones del Mesero(a)	224
Cuadro N°110. Manual de funciones del Ama de llaves	224
Cuadro N°111. Manual de funciones del Camarero(a)de pisos	225
Cuadro N°112. Manual de funciones del Yachak	226
Cuadro N°113. Manual de funciones del Conductor.....	226

INDICE DE TABLAS

Tabla N°01. Matriz resumen de los atractivos turísticos	26
Tabla N°02. Edad media de los turistas nacionales	60
Tabla N°03. Edad media de los turistas extranjeros	60
Tabla N°04. Gasto promedio de los turistas nacionales	70
Tabla N°05. Gasto promedio de los turistas extranjeros	71
Tabla N°06. Gasto promedio por persona de los turistas nacionales	72
Tabla N°07. Gasto promedio por persona de los turistas extranjeros	73
Tabla N°08. Determinación de las estrategias de cambio y actores	97
Tabla N°09. Determinación de las estrategias de consolidación, competitivas y actores	98
Tabla N°10. Requerimientos minimos de un lodge de lujo.....	104
Tabla N°11. Requerimientos de instalaciones	106
Tabla N°12. Rubro de infraestructura turística	120
Tabla N°13. Componentes del logotipo	139
Tabla N°14. Gama cromática de la empresa.	140
Tabla N°15. Precio del servicio turístico de alojamiento en el lodge	143
Tabla N°16. Precio del servicio de alimentación en el restaurant del lodge	144
Tabla N°17. Actividades del proyecto por categoría	157
Tabla N°18. Actividades ambientales del proyecto por categoría	158
Tabla N°19. Parámetros de valoración de la matriz ambiental de leopold.	160
Tabla N°20. Competencias laborales para el personal del lodge	171
Tabla N°21. Permisos para el adecuado funcionamiento del lodge	184
Tabla N°22. Obligaciones tributarias para el adecuado funcionamiento del lodge	184
Tabla N°23. Obligaciones patroneles para el adecuado funcionamiento del lodge	185
Tabla N°24. Otras contribuciones y obligaciones para el adecuado funcionamiento	186

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°01. Según la edad de los turistas nacionales y extranjeros	61
Gráfico N°02. Según el género de los turistas nacionales y extranjeros	62
Gráfico N°03. Según el lugar donde viven en la actualidad los turistas nacionales y extranjeros.....	63
Gráfico N°04. Según el nivel de educación de los turistas nacionales y extranjeros	64
Gráfico N°05. Según el número de personas que los turistas nacionales y extranjeros realizan sus salidas o paseos	65
Gráfico N°06. Según motivo de viaje de los turistas nacionales y extranjeros	66
Gráfico N°07. Según los días de permanencia en el lugar de visita.....	67
Gráfico N°08. Según la preferencia para hospedarse en un lodge temático andino en su visita al nevado Chimborazo de los turistas nacionales y extranjeros	68
Gráfico N°09. Según los tipos de servicios que prestaría el lodge temático andino a los turistas nacionales y extranjeros	69
Gráfico N°10. Según la capacidad de gasto por los servicios prestados por el lodge a los turistas nacionales y extranjeros	71
Gráfico N°11. Según la disposición de gasto por persona por los servicios de alimentación y hospedaje en el lodge	73
Gráfico N°12. Según cómo realizan sus pagos los turistas nacionales y extranjeros.....	74
Gráfico N°13. Según cómo obtiene información de los diferentes lugares turísticos los turistas nacionales y extranjeros	75
Gráfico N°14. Según los tipos de actividades que realizan en el lugar los turistas nacionales y extranjeros.....	77
Gráfico N°15. Flujograma del proceso productivo general	121
Gráfico N°16. Servicio de alojamiento del lodge temático andino	122
Gráfico N°17. Servicio de alimentación del lodge temático andino	123
Gráfico N°18. Servicio de ceremonias andinas del lodge temático andino.	124
Gráfico N°19. Logotipo de la empresa.....	139
Gráfico N°20. Tarjetas de presentación	141

Gráfico N°21. Carpetas corporativas.....	142
Gráfico N°22. Hoja menbretada	142
Gráfico N°23. Canal directo de distribución	145
Gráfico N°24. Canal indirecto de distribución	145
Gráfico N°25. Gorra	149
Gráfico N°26. Camisetas y Camisas	150
Gráfico N°27. Bolsos.....	150
Gráfico N°28. Organigrama estructural del lodge temático andino Puñuna Wasi	169
Gráfico N°29. Organigrama funcional del lodge temático andino Puñuna Wasi.....	170

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE TEMÁTICO ANDINO EN LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

II. INTRODUCCIÓN

El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad. El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar el patrimonio natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. El Ecuador tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración de las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Puesto que en la actualidad el Sistema Nacional de Áreas (SNAP) abarca a 45 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 20% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas.

El ecoturismo hoy en día constituye una de las modalidades turísticas en mayor crecimiento del mundo, el Ecuador, gracias a su posición geográfica privilegiada a la que se suman factores climáticos, la cordillera de los Andes, la conjugación de corrientes marinas como la cálida del Niño y la fría de Humboldt hacen del Ecuador un destino mágico y único en el cual en un corto lapso de tiempo se puede pasar del frío congelante al cálido clima tropical. Esto y más factores permiten que nuestro país tenga una mega diversidad de plantas, animales y una gran riqueza étnica y cultural.

En la provincia de Chimborazo se encuentra la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en donde se encuentra el nevado más alto del Ecuador, el Chimborazo con 6310 msnm. Esta área fue creada con el propósito de mantener las aptitudes del ecosistema páramo y su productividad ecológica; precautelar y desarrollar el hábitat de los camélidos nativos de los Andes como la vicuña, llama y alpaca para fomentar la crianza de estas especies ligadas con la identidad cultural andina. Según datos del Ministerio del Ambiente la Reserva en el año 2012 recibió 63.500 turistas, entre nacionales y extranjero, esto se debe a que el principal atractivo de la zona es el imponente nevado Chimborazo, puesto que el lugar está dotado de refugios y cargado de leyendas y tradiciones de los pueblos aledaños. En el lugar también se puede encontrar el bosque de Polilepys, a 3500 msnm, asentados sobre las piedras volcánicas

y el bosque de árboles mágicos, de cuya corteza se desprenden hojas de papel. Pero lo más apreciado de todo es la convivencia con la comunidad, deseosa de compartir su cultura con los turistas, en donde la comida, música, danza y leyendas serán parte de la experiencia del visitante.

La parroquia de San Juan conocida también como el guardián del nevado Chimborazo es innata gracias a la calidez de la gente, el inigualable entorno natural, su cultura, así como la presencia de uno de los atractivos más importantes con que el que cuenta nuestro país como es el nevado Chimborazo, han logrado que el sector turístico sea más creciente, junto al apareamiento de los consumidores más exigentes lo cual obliga a las empresas turísticas a mejorar sus niveles de competitividad.

Al hablar del turismo consiente en la actualidad es hablar de las actividades que el visitante realiza en el lugar sin alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local, motivo por el cual un “LODGE” que se encuentra apartado de las grandes ciudades, en el cual se utiliza en sus instalaciones materiales acordes con el medio creando una armonía entre infraestructura y naturaleza, combinada con ciertas prácticas amigables al ambiente entre estas, el manejo de desechos, el tratamiento de aguas, el uso de energías alternativas, entre otras; permitiendo brindar al turista no solo el servicio de alojamiento si no también vincular varias actividades en su entorno para conocer la maravilla natural y cultural que el lugar ofrece al visitante.

A. JUSTIFICACIÓN

Actualmente existe insuficiente oferta de servicios turísticos de alojamientos temáticos en el corredor turístico de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo que presten servicios de hospedaje responsable y consiente a esta demanda insatisfecha, es así que se pretende la implementación de un lodge para captar la afluencia de los turistas nacionales y extranjeros ofertando un producto con singularidades propias basadas en la cosmovisión andina.

Dentro del proyecto se pretende mantener vivo el patrimonio cultural puesto que es un factor para de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural de las diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y

promueve el respeto hacia otros modos de vida, para de esta transmitir al visitante las prácticas y tradiciones que se los practica en el lugar manteniendo viva las costumbres ancestrales de todo un pueblo.

Es así que este proyecto ayuda al cumplimiento de lo que la Constitución de nuestro país dice Art 21 “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.”

En el área de fomento turístico el presente proyecto se justifica al estar articulado con los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 manifestando en los siguientes numerales:

Art. 2.- Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.

Art. 4.- Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un lodge temático andino en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

2. Objetivos específicos

- Determinar la potencialidad turística de la parroquia San Juan.
- Determinar la viabilidad comercial para la implementación de un lodge temático andino.

- Determinar la viabilidad técnica para la implementación de un lodge temático andino.
- Determinar la viabilidad socio ambiental para la implementación de un lodge temático andino.
- Determinar la viabilidad administrativo legal para la implementación de un lodge temático andino.
- Determinar la viabilidad económica y financiera para el diseño un lodge temático andino.

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis de trabajo

Existe factibilidad para la implementación de un lodge temático andino en la parroquia San Juan provincia de Chimborazo.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. LODGE

1. Concepto

Los lodges son alojamientos ubicados en destinos “no masivos” lejos de las grandes ciudades, rodeados de naturaleza prístina, contruidos en madera y materiales amigables con el ambiente. Además, los colores usados en sus fachadas no compiten con el paisaje y están concebidos bajo conceptos de bioclimática y arquitectura transparente. Son alojamientos pequeños, lo que garantiza más privacidad y un servicio personalizado. Por su estilo y nivel de servicio están siendo cada vez más buscados por turistas que practican algún deporte como pesca, alpinismo, surf etc. Por eso, existen muchos alojamientos de este tipo especializados según la actividad o el interés. Además del alojamiento, hay muchos lodges que ofrecen actividades según las alternativas del paisaje, migraciones de fauna, o biodiversidad, lo que permite ofrecer múltiples opciones como excursiones, pesca, cabalgatas, safaris. La mayoría están equipados y preparados para lograr que cada actividad sea exitosa. El entorno de naturaleza implica un compromiso decidido con el medio ambiente. Donde los huéspedes están involucrados en las políticas de sostenibilidad implementadas, con el objetivo de tener un mínimo impacto ambiental durante toda la operación de sus actividades turísticas. (HOTELES, 2013).

Según la Ley de Turismo (2001), un Hostal es todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

B. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Según la UNESCO (1998), menciona que, el patrimonio es la herencia que recibimos de nuestros antepasados, forma parte de nuestra historia y nos hace únicos como pueblo. Conocer nuestro Patrimonio nos da sentido de pertenencia, fortalece nuestra identidad y nos ayuda a valorar lo que tenemos.

El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de los artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

1. Patrimonio inmaterial

Según el INPC (2011), el patrimonio cultural inmaterial se entiende por los usos representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes de las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos que reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

El patrimonio cultural inmaterial se manifiesta en los siguientes ámbitos:

a. Tradiciones y expresiones orales

Conjunto de conocimientos y saberes expresados en mitos, leyendas, cuentos, plegarias, expresiones literarias, así como narraciones de la memoria local y otras que tengan un valor simbólico para la comunidad y que se transmiten oralmente de generación en generación.

- 1) Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades.** Tiene relación directa con el relato de hechos históricos, contados desde la perspectiva de sus habitantes. No todo relato individual puede convertirse en historia local. La información debe ser de interés comunitario para comprender el proceso social o histórico de un pueblo o localidad.

- 2) **Leyendas.** Las leyendas giran alrededor de un personaje, una comunidad, un momento, un lugar o un acontecimiento real, al que se suma la imaginación popular tomando diferentes matices, de acuerdo con el lugar donde es narrado.
- 3) **Mitos.** Son relatos tradicionales de acontecimientos prodigiosos, protagonizados por seres sobrenaturales o extraordinarios que están en estrecha relación con los aspectos sagrados de una sociedad. Muchas veces, los mitos pueden pertenecer a una o más categorías.
- 4) **Expresiones orales.** Tradición oral que involucra a las expresiones que se transmiten verbalmente y de forma artística (musical, poética, etc.).

b. Artes del espectáculo

Categoría referente a las representaciones de la danza, música, teatro, juegos y otras expresiones vinculadas a espacios rituales o cotidianos, públicos y privados que tengan un valor simbólico para la comunidad y que se transmiten de generación en generación.

- 1) **Danza.** Expresión corporal ordenada, a menudo con acompañamiento musical cantado o instrumental. Aparte de su aspecto físico, es frecuente que sus movimientos rítmicos, pasos o gestos sirvan para expresar un sentimiento o estado de ánimo, o para ilustrar un determinado acontecimiento o hecho cotidiano.
- 2) **Juegos tradicionales.** Juego que tiene relación con la actividad de disfrute. Es una acción física o mental que aglutina a individuos, su práctica se transmite de generación en generación y se mantiene hasta nuestros días.
- 3) **Música.** Está presente en todas las sociedades, y casi siempre es parte integral de otras formas de espectáculo y otros ámbitos del Patrimonio Cultural Inmaterial, tales como: rituales, eventos festivos y tradiciones orales. Se la encuentra en distintos contextos: profana o sagrada, clásica o popular, estrechamente asociada al trabajo, al entretenimiento e incluso a la política y a la economía. También en diversas ocasiones como: bodas, funerales, rituales e iniciaciones, fiestas, diversiones de todo tipo y otras prácticas

sociales. En realidad, muchos usos musicales tradicionales no se practican para un público externo, por ejemplo los cantos que acompañan el trabajo agrícola o la música que forma parte de un ritual o entorno más íntimo como canciones de cuna para dormir a los niños.

- 4) **Teatro.** Corresponde a las representaciones teatrales tradicionales que suelen combinar la actuación, el canto, la danza y la música, el diálogo, y la narración o la recitación.

c. Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos

Conjunto de prácticas, manifestaciones y representaciones culturales desarrolladas en un contexto espacial y temporal como celebraciones religiosas y profanas, ritualidades asociadas al ciclo vital de grupos e individuos, que se transmiten de generación en generación con la finalidad de propiciar cohesión social de los grupos.

- 1) **Fiestas.** Son en sí mismas actos rituales pues implican un patrón determinado. Suelen estar acompañadas de baile, música y comida y en ella intervienen otros rituales específicos. Las fiestas se desarrollan con frecuencia en espacios públicos. No responden necesariamente a un mito y son de carácter más o menos solemne, según las pautas que establece la tradición. Se excluyen las celebraciones privadas de carácter internacional como el día de la madre, el día del padre, el día de la mujer, etc.
- 2) **Prácticas comunitarias tradicionales.** Son aquellas que revitalizan la identidad comunitaria y aportan con la práctica a su continuidad en el tiempo. Incluyen: mingas, cruza manos, pampamesas, sistemas jurídicos tradicionales, organización social, parentesco, etc.
- 3) **Ritos.** Son actos o ceremonias regidas a unas normas estrictas. Generalmente, los ritos son las celebraciones de los mitos y de ahí proviene su carácter simbólico.
- 4) **Oficios tradicionales.** Transmitidos de generación en generación.

d. Conocimientos y usos relacionados con la Naturaleza y el universo.

Conjunto de conocimientos, técnicas y prácticas que las comunidades desarrollan y mantienen en interacción con su entorno natural y que se vinculan a su sistema de creencias referentes a la gastronomía, medicina tradicional, espacios simbólicos, técnicas productivas y sabiduría ecológica, entre otros. Se transmiten de generación en generación y tienen un valor simbólico para la comunidad.

- 1) **Técnicas y saberes productivos tradicionales.** Se trata de las prácticas, usos, conocimientos para la elaboración de herramientas y técnicas relacionadas con actividades productivas como la agricultura, ganadería, pesca, actividades extractivas y actividades de sobrevivencia como la cacería.
- 2) **Gastronomía.** Implica una serie de procedimientos culturales que utilizan conocimientos y recursos (herramientas y materiales) específicos, para la satisfacción de la alimentación de los seres humanos. Entre los tipos de gastronomía se encuentran: cotidiana, festiva, ritual.
- 3) **Medicina Tradicional.** Se trata de las prácticas y conocimientos usados para el mantenimiento de la salud, que incluye agentes, medicamentos herbarios (hierbas, materias, productos, preparaciones líquidas o secas), actividad terapéutica, uso de elementos, etc. En el caso de la medicina tradicional indígena, el ritual de sanación está ligado al mito e incluye rezos, invocaciones.
- 4) **Espacios simbólicos.** Sitios naturales, construcciones o lugares que sean el referente para una o varias prácticas comunitarias. Los sitios sagrados, están íntimamente ligados con los rituales, leyendas, mitos

e. Técnicas Artesanales Tradicionales

Referente a las técnicas artesanales y constructivas tradicionales y su dinamismo. Son un conjunto de actividades de carácter esencialmente manual que incluyen los instrumentos empleados para su elaboración.

Este ámbito constituye el “más tangible” del patrimonio inmaterial; sin embargo, interesa destacar los conocimientos y el saber hacer que se transmite de generación en generación, más que de los objetos o productos de la actividad artesanal.

- 1) **Técnicas artesanales tradicionales.** Procesos, competencias, conocimientos, usos y asociaciones simbólicas que intervienen en la producción de objetos artesanales tradicionales en diferentes ramas, incluyendo los instrumentos musicales de viento y percusión.
- 2) **Técnicas constructivas tradicionales.** Procesos y elementos que intervienen en las técnicas de construcción tradicional como las técnicas en barro crudo (adobe, bahareque y tapial), uso de la caña, carrizo, zuro, cáñamo, paja de páramo, maderas autóctonas, cuero (cabestro) y los elementos que se usan en la construcción como sangre de toro, etc. Se refiere también a la elaboración de herramientas e infraestructura para uso doméstico y/o productivo (por ejemplo: construcción de hornos, molinos, trapiches, telares, herramientas para caza, pesca o elaboración de productos alimenticios y artesanales, etc.), tomando en cuenta su uso tradicional en relación a la transmisión de los conocimientos de generación en generación.

2. Patrimonio material

Según el INPC (2011), el patrimonio material es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales. A su vez, el patrimonio material se puede clasificar en Mueble e Inmueble. En el patrimonio material están todas las formas expresivas, producto del trabajo físico e intelectual de nuestros antepasados.

C. INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL

1. Concepto

Según el INPC 2011, cada proceso tiene su particularidad. Se inicia con el registro para señalar la existencia legal de un bien, luego se procede a inventariarlo, que es un proceso

técnico en el cual se realiza un análisis detallado de cada uno de sus elementos constitutivos, y por último se lo cataloga para contar con estudios puntuales sobre ese bien patrimonial. (INPC, 2011).

Primero se registro, inventario, catalogación, identifica los bienes culturales materiales e inmateriales, aquí también refiere el universo cultural que tiene el país, establece el estado de conservación de los bienes culturales materiales y salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.

Luego se procede al inventario en donde se describe los bienes que tienen una valoración patrimonial y por lo tanto valores excepcionales que deben ser protegidos, conservados y difundidos, especifica el universo del patrimonio cultural que tiene el país, detalla el estado de vulnerabilidad y amenaza de los bienes materiales e inmateriales del patrimonio cultural, que tienen en relación a los riesgos naturales y antrópicos.

Dentro de la catalogación estudia, a mayor profundidad, los bienes inventariados, mediante estudios históricos, iconográficos, arquitectónicos, antropológicos, etnográficos, etc. Documenta de manera científica, sistémica y metodológica los bienes patrimoniales

En la aplicación del registro, ubicación geoespacial de los bienes culturales en el territorio, elaboración de línea de base referencial del patrimonio en los ámbitos material e inmaterial, información básica para el ordenamiento territorial y control, y una propuesta de delimitación preliminar de sitios de interés cultural para su protección y ordenamiento territorial.

Dentro de la aplicación del inventario, la documentación referencial para expedientes, elaboración de mapas temáticos, cartografía digital del patrimonio, herramienta de información para la gestión del patrimonio cultural de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, la identificación de los riesgos que afectan al patrimonio cultural, aportación de datos que faciliten del ordenamiento territorial, la conservación, control y uso del patrimonio cultural.

Para las aplicaciones y catalogación es una herramienta para el conocimiento y la investigación académica, además es herramienta de información para la gestión y valoración del patrimonio cultural de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, y con esto la elaboración de planes de protección de los bienes culturales patrimoniales, promoción y

difusión del patrimonio cultural, material e inmaterial, mediante la construcción de políticas públicas para su conservación, preservación, salvaguardia y puesta en valor. (INPC, 2011).

2. Administración de la información

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ha asumido responsabilidades decisoras en relación con su competencia como órgano rector de la política patrimonial a lo largo de su trayectoria. Actualmente, para la administración de la información cuenta con el Sistema de Información para la Gestión del Patrimonio Cultural ABACO, desarrollado por la Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicación del INPC.

El ABACO es una herramienta informática que tiene una connotación de carácter conceptual, que organiza los datos de registro e inventario que se cargan directamente a este sistema informático de gran capacidad y alcance, y que en un futuro cercano se convertirá en una herramienta de información para la gestión de los Patrimonios Materiales e Inmateriales a nivel nacional (INPC, 2011).

D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1. Concepto de factibilidad

Según Varela (2010), “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer”.

2. Objetivos que determinan la factibilidad

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto.

3. Estructura

Para Coss (2010), un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- a) Presentar un resumen de proyecto.
- b) Elaborar cada parte por separado.
- c) Fundamentar cada parte en las anteriores.
- d) Elaborar conclusiones y recomendaciones.
- e) Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

4. Evaluación de un proyecto factible.

Un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas: Evaluación Técnica.

- Evaluación Ambiental. - Evaluación Financiera. - Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben

dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

5. Proyecto factible.

Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado. Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera.

E. ESTUDIO DE MERCADO

Según Muñoz (s.f.), el estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

1. Antecedentes del estudio de mercado

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

2. Ámbito de aplicación del estudio de mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

a. El consumidor

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

b. El producto

- Estudios sobre los usos del producto.
- Test sobre su aceptación
- Test comparativos con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

c. El mercado

- Estudios sobre la distribución
- Estudios sobre cobertura de producto en tiendas
- Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios sobre puntos de venta, etc.
- La publicidad
- Pre-test de anuncios y campañas
- Estudios a priori y a posteriori de la realización de una campaña, sobre actitudes del consumo hacia una marca.

1) Segmentación del mercado

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub-segmentos. Por ejemplo el segmento de adolescentes puede dividirse aún más atendiendo a bases de edad, sexo, o algún otro interés.

Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

No existe una sola forma de segmentar un mercado, es por eso que se deben probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado. A continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

2) Segmentación geográfica

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

3) Segmentación demográfica

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionadas con las variables demográficas.

4) Segmentación psicográfica

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

5) Segmentación por conducta

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

3. Análisis de la demanda

El análisis de la audiencia consiste en conocer el número de personas que han consumido un producto audiovisual, ya sea textual, sonoro, fotográfico o multimedia. Hoy en día se entiende la medición o análisis de audiencias como un estudio cuantitativo, pero que también aporta cierta información cualitativa.

Para ejecutar un análisis de audiencia en primera instancia se debe realizar un análisis de la situación, manejando toda la información disponible para obtener una panorámica completa acerca de:

El sitio de estudio o sector, su evolución, productos con los que opera, su importancia en el sector, problemas que ha tenido en otros tiempos, soluciones que se aportaron, etc.

El mercado y los clientes, análisis sobre la distribución geográfica de la audiencia, variaciones estacionales de la venta, tipología de la clientela, etc.

Organización comercial, canales de distribución que se siguen, rendimiento de la red de ventas, márgenes con los que se opera, descuentos ofrecidos, bonificaciones, etc.

Posicionamiento en la red, motivado por la gran importancia que la red aporta a las compañías; habrá que realizar un informe comparativo de su situación con respecto a la competencia, tanto en el mercado nacional como en el internacional, aunque no estuviese implantada.

F. ESTUDIO TÉCNICO

Según Muñoz (s.f.), el estudio técnico consiste en el siguiente marco metodológico:

1. Capacidad de la planta

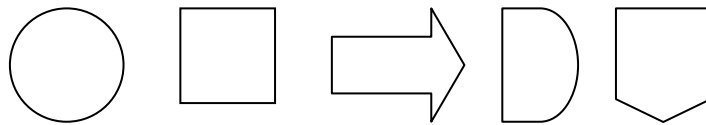
Defina la capacidad de la planta, señale las unidades a producir, para las diferentes salas. La capacidad de la planta puede determinarse en función de la capacidad diseñada, capacidad

utilizada, capacidad instalada o considerando una demanda objetivo, es decir que el proyecto puede cubrir toda la demanda insatisfecha o parte de la misma.

2. Proceso de producción del producto (b/s)

a. Flujograma de producción

Realice el diagrama de flujo del proceso de producción de su producto (B/S), señale los tiempos respectivos.



Alternativamente se puede emplear el diagrama de bloques o cualquier otra matriz.

b. Requerimiento de activos fijos

Determine los requerimientos de terrenos, edificaciones (con instalaciones de acuerdo a los bienes y/o servicios a producirse), maquinaria y equipo, herramientas, muebles, enseres, vehículos y otros activos fijos que utilizará para producir su producto (B/S).

c. Servicios básicos y mantenimiento

Determine los requerimientos de servicios básicos y mantenimiento que utilizará para producir su producto (B/S).

d. Mantenimiento

Se determina el tiempo de mantenimiento, la cantidad el costo y el proveedor del equipo y de las instalaciones.

e. Materia prima, insumos y combustibles

Determine la materia prima, insumos, combustibles que utilizará para producir su producto (B/S).

f. Diseño técnico

Realice el diseño técnico del proyecto, elabore un plano, en el que señale tiempos y procesos, señale dimensiones.

g. Requerimiento del talento humano

Determine el talento humano, acorde a los procesos y tiempos de producción del producto o servicio, considerando las cantidades a producir diariamente, semanalmente, etc. (según la naturaleza de los bienes y/o servicios a producirse).

h. Programa pre operativo

Establezca el programa pre operativo del centro de interpretación cultural (antes del montaje).

G. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Organización del proyecto (definición de áreas)

Según Muñoz (s. f.), el proceso de organización del proyecto consiste en definir las siguientes áreas:

a. Área administrativa

Establezca el área administrativa del centro.

b. Área productiva

Establezca el área productiva (de acuerdo a las necesidades del centro de interpretación cultural, haga un resumen en base al estudio técnico o traslade la información del mismo).

c. Área comercial

Establezca el área comercial (de acuerdo a las necesidades del centro).

d. Área financiera

Establezca el área financiera (de acuerdo a las necesidades del centro).

e. Organigrama del centro de interpretación cultural

Elabore el organigrama tentativo del centro (luego deberá ser ajustado dependiendo del tipo de centro de interpretación cultural a elegirse).

f. Proceso de selección y contratación del talento humano.

Determine los medios de comunicación y los costos respectivos para el reclutamiento de su personal.

Determine los valores que debe primar en sus futuros colaboradores.

Determine el proceso de selección y contratación para sus futuros colaboradores.

Defina el proceso de inducción que seguirá y las personas responsables.

Defina los materiales que emplearán para el proceso selección, contratación e inducción.

2. Marco legal

Realice un análisis de la Ley de Compañías, de la Ley de Turismo y otros instrumentos legales (reglamentos y ordenanzas), defina según su conveniencia pero ajustado al marco legal correspondiente al tipo del centro: de comandita simple, compañía en nombre colectivo, compañía de economía mixta, compañía anónima, compañía de responsabilidad limitada, otras.

Determine los requisitos legales para la constitución legal y funcionamiento del centro.

Defina las obligaciones fiscales del centro.

Clasifique los egresos que deberá realizar por única vez, antes del funcionamiento del centro e indique las obligaciones fiscales anuales que debe cumplir.

H. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Previsión del balance de situación

La previsión del balance de situación según Muñoz (s.f.), menciona que es otro documento contable de uso generalizado que presenta la situación patrimonial del centro. También hay que realizar una previsión, mensual para los primeros doce meses y anual para el resto de ejercicios.

Hay que realizar una previsión de cómo estará compuesto el activo del centro de interpretación cultural; qué parte estará inmovilizado en maquinaria, instalaciones, etc., qué parte estará en manos de clientes que aun no han pagado, qué parte se retendrá en la tesorería de la empresa. También hay que detallar como se desglosa el pasivo del centro de interpretación cultural, fundamentalmente, qué grado de endeudamiento externo se va a alcanzar y si es una deuda a corto o a largo plazo.

2. Análisis del punto de equilibrio

Según Baca Urbina (1999), se llama punto de equilibrio al volumen de ventas necesario para cubrir todos los costes del centro de interpretación cultural en un ejercicio. Para un volumen de ventas superior se tendrán beneficios, para un volumen inferior se cerrará con pérdidas. Si bien el cálculo del punto de equilibrio es complejo, entre otras cosas por la dificultad de anticipar los costes variables que se van a producir, hay que hacer un esfuerzo para obtener un valor lo más correcto posible.

De hecho, independientemente del valor exacto que puede tener el punto de equilibrio, su análisis va a proporcionar al emprendedor un profundo conocimiento de la estructura de costes del centro de interpretación cultural, habrá que detallar cuáles serán los costos fijos aquellos que se van a producir independientemente del volumen de ventas o producción y cuáles serán los costes variables es decir, relacionados directamente con las unidades producidas. Como norma general hay que tender a reducir los costes fijos y sustituirlos por variables.

3. Previsión de pérdidas y ganancias

La cuenta de Pérdidas y Ganancias es otro documento contable básico y de hecho, obligatorio en un centro de interpretación cultural. En ella se describen todos los gastos que va a soportar el centro de interpretación y todos los ingresos que va a generar. Se debe realizar una previsión mensual de ingresos y gastos para el primer año. Para los dos o tres años siguientes bastará con una previsión anual.

Con la relación de ingresos y gastos es fácil calcular el beneficio esperado. Un centro de interpretación cultural cuando empieza no va a generar beneficios necesariamente desde el primer año. Si se prevé que el primer ejercicio se va a cenar con pérdidas, esto se debe reflejar en esta previsión. Sin embargo, hay que tener muy claro cómo se van a recuperar esas pérdidas en los posteriores ejercicios.

4. Elaboración del análisis financiero

Según Muñoz (s. f.), para la elaboración del análisis financiero se trabajará en base al estudio de mercado y se identificará los ingresos y egresos que presentará el estudio técnico y económico.

La rentabilidad del proyecto se mostrará tras el cálculo de los indicadores de rentabilidad, como son flujo de caja, relación coste/beneficio, VAN y TIR, y tiempo de recuperación del capital.

IV. MATERIALES Y MÉTODO

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La investigación tendrá lugar en la parroquia rural de San Juan que pertenece al cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Sus límites son los siguientes:

Norte: Tungurahua, San Andrés, el Rio Culebrillas.

Sur: Calpi, Cantón Colta, Rio Chimborazo

Este: San Andrés y Calpi

Oeste: Bolívar

2. Ubicación geográfica

Coordenadas Proyectadas UTM Zona 17 S

Datum WGS84

X: 746854 m

Y: 9819823 m

Altitud: 3400

3. Características climáticas

El promedio anual de temperatura mínima es de 9°C y la máxima anual es de 18°C, mientras que la precipitación tiene el promedio anual de 600. Y la humedad relativa alcanza el 70% promedio anual en la zona de estudio.

4. Clasificación ecológica

La parroquia San Juan ecológicamente Según Sierra, R. (1999) pertenece a la zona de Paramo Herbáceo.

5. Materiales y equipos

Material de oficina, Fichas de campo, Libreta de campo, Esferográficos, Portaminas, Baterías, pilas, cámara Fotográfica, Computadora, Impresora, GPS, otros.

B. METODOLOGÍA

1. Determinación del potencial turístico de la parroquia San Juan

a. Inventario del patrimonio cultural inmaterial

Para el inventario del patrimonio cultural inmaterial se tomó en cuenta los ámbitos y sub-ámbitos que propone la UNESCO 2003 para la clasificación del patrimonio cultural, ratificados en el *Instructivo de Registro e inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial* del INPC 2011. (**Anexo N°1**).

- 1) Tradiciones y expresiones orales.- Cuentos, historia local, plegarias, poesía popular.
- 2) Artes del espectáculo.- Danza, juegos, música, literatura
- 3) Usos sociales, rituales y actos festivos.- Fiestas, prácticas comunitarias tradicionales, ritos, personajes festivos, uso social de la vestimenta.
- 4) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.- Agro diversidad, sabiduría ecológica tradicional, gastronomía, medicina tradicional, espacios simbólicos, toponimia.
- 5) Técnicas artesanales tradicionales.- Técnicas artesanales tradicionales, técnicas constructivas tradicionales.

b. Inventario

Para el inventario se consideró los siguientes parámetros establecidos por el INPC.

- 1) Datos de localización
- 2) Fotografía referencial
- 3) Datos de identificación

- 4) Descripción
- 5) Portadores/ Soportes
- 6) Valoración
- 7) Interlocutores
- 8) Elementos relacionados
- 9) Anexos
- 10) Observaciones
- 11) Datos de control

c. Inventario de atractivos

Para realizar el inventario de atractivos turísticos existentes se acudió a las entidades locales y regionales como el Ministerio de Turismo, y la Junta Parroquial de San Juan, con la finalidad de validar y actualizar el mismo.

Para la validación del inventario se utilizó la metodología de “Inventariación de Atractivos Turísticos MINTUR 2004”, en la que se analiza los siguientes parámetros:

- 1) Inventariación y georeferenciación.-** se realizó salidas de campo para la Inventariación de atractivos turísticos, para la georeferenciación se utilizó sistema de posicionamiento global (GPS) y sistema de información geográfica a través del software ArcGis 1.0.
- 2) Categorización.-** se categorizó de acuerdo a los parámetros establecidos en la metodología: categoría, tipo y sub tipo.
- 3) Valoración.-** se valoró el valor intrínseco, valor extrínseco, servicios de apoyo y facilidades turísticas.
- 4) Evaluación y Jerarquización.-** se jerarquizó los atractivos en jerarquías I, II, III Y IV.

2. Determinación de la viabilidad comercial para la implementación de un Lodge en la parroquia San Juan.

Para realizar el estudio de mercado se acudió a fuentes de información secundaria de datos estadísticos existentes en entidades locales regionales como el Ministerio de Turismo. También mediante investigación primaria se analizará el comportamiento de la demanda y de la oferta turística.

a. Análisis de la oferta

1) Atractivos turísticos

Luego de realizar la evaluación del potencial turístico se determinó los principales atractivos turísticos del área en donde se utilizó una matriz resumen.

Tabla N°01. Matriz resumen de los atractivos turísticos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	ALTITUD

Fuente: Inventario del Ministerio de turismo, 2004

Elaborado por: Wilmer Gusniay

2) Planta turística

Se recopiló información del catastro del MINTUR, adicional a esto se catastrará a los establecimientos no inventariados por el MINTUR en cuanto a alimentación, hospedaje, esparcimiento, operación, guianza, y transporte turístico.

3) Productos turísticos

Se identificaron los productos turísticos relacionados con el área de estudio, considerados en las líneas de productos turísticos en el PLANDETUR 2020.

4) Superestructura turística

Se identificaron la gestión de la gobernanza turística de las instituciones públicas, privadas, y/o comunitarias involucradas con el desarrollo del sector turístico de la parroquia San Juan.

5) Oferta sustitutiva y complementaria

La oferta sustitutiva fueron los establecimientos de hospedaje que se encuentren en el área de estudio, (CTC, hosterías, hoteles, etc.), mientras que la oferta complementaria fueron los establecimientos de servicio turístico que sirven de apoyo y atracción al lodge, y están registrados en el MINTUR, y se ubiquen en el área de estudio.

Se analizó los siguientes elementos: nombre, tipo, categoría, instalaciones, clientes anuales, servicios, capacidad, precio, ubicación, demanda, formas de comercialización, observaciones.

b. Análisis de la demanda

Para determinar el perfil de la demanda nacional e internacional se procedió a desarrollar los siguientes pasos:

1) Determinación del universo

Para el universo de estudio se consideró dos grupos primordiales, que serán los consumidores potenciales. Para el primer segmento de estudio se tomó en cuenta los datos estadísticos sobre turistas nacionales y extranjeros que visitan la Reserva de producción Faunística Chimborazo.

2) Determinación de la muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula estadística de CANAVOS (1998), con los datos mencionados anteriormente.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Universo

pq = Constante de varianza proporcional

e = Margen de error.

z = Constante de corrección de error

(N-1) = Población disminuida en la unidad.

3) Caracterización de la demanda turística

Una vez aplicadas las encuestas se procedió a tabular los datos de los turistas tanto nacionales como extranjeros para obtener el perfil de cada uno de los segmentos de mercado a los que nos enfocamos.

4) Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se fusionaron los valores de los turistas nacionales y extranjeros, se utilizó el método del incremento compuesto, tomando como base los resultados de aceptación del producto en las encuestas. En el cual se considerara la siguiente formula $C_n (1 + i)^n$ donde:

C_n = Población futura, resultado de la proyección.

C₀ = Población al inicio del periodo

i = Tasa mediana anual de incremento de crecimiento (12% según el MINTUR año 2012)

n = Numero de años que se va proyectar la población.

5) Proyección de la demanda insatisfecha

Se realizó el análisis comparativo entre la demanda y la oferta, basada en la proyección de los mismos.

6) Determinación de la demanda objetivo

Permitió realizar una aproximación para delimitar el tamaño del proyecto.

3. Elaboración del estudio técnico

En el estudio técnico se analizó con profundidad los parámetros y juicios técnicos necesarios, para lo que se determinó el análisis de los siguientes aspectos:

a. Análisis situacional

1) Análisis FODA

Se aplicó la herramienta FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para la implementación del lodge, con el fin de conocer los factores positivos o negativos que intervienen directamente en el desarrollo turístico del lodg. .

2) Identificación y priorización de nudos críticos y factores claves de éxito

Los nudos críticos se analizaron en base a las amenazas y debilidades, mientras que los factores claves de éxito se determinaron en base a las fortalezas y debilidades.

3) Análisis de alternativas

En base a la priorización de nudos críticos y factores claves de éxito se establecieron alternativas para establecer las áreas servicio y el tipo de facilidades que requiere cada área del lodge.

b. Planificación y diseño técnico del lodge temático andino

Se definió la planificación y el diseño técnico considerando los datos obtenidos en el estudio de mercado, para lo cual se analizó los siguientes aspectos:

- 1) **Localización del lodge.-** Se consideró la macro localización y micro localización.
- 2) **Tamaño del lodge.-** Se consideró número de clientes proyectados y el terreno.
- 3) **Tipología de construcción.-** Se consideró condiciones ambientales y tipo de materiales.
- 4) **Diseño técnico arquitectónico.-** Se consideró los siguientes aspectos requeridos mínimos, programación, diseño arquitectónico, distribución de la construcción, decoración de interiores, áreas de servicio, sistema de tecnologías alternativas.
- 5) **Definición del proceso productivo.-** Se consideró los siguientes aspectos: diagramas de flujo, recetas del menú, mobiliario, equipos y manejo del lodge, remuneración económica, servicios básicos y mantenimiento, otros.

c. Estudio de mercadotecnia

- 1) Se definió las estrategias de posicionamiento identificando el nicho de mercado.
- 2) Se consideró las estrategias del Marketing Mix: producto, precio, plaza, promoción, proveedores.

4. Elaborar el estudio socio ambiental

Para realizar el estudio ambiental se utilizó la matriz de Leopold, mediante la cual se identificaron los posibles impactos y así proponer medidas de corrección o mitigación de acuerdo al caso para el efecto se procedió de la siguiente manera.

- a. Delimitación del área.
- b. Determinación de las acciones que se ejercerá en el lodge.
- c. Determinación de los elementos que se verán afectados por cada acción.
- d. Calificación de cada interacción utilizando la escala 1 al 5 propuesto por Leopold.
- e. Realizar la valoración de los impactos.
- f. Interpretación de resultados.
- g. Desarrollar un plan de mitigación de riesgos

5. Estudio administrativo-legal del lodge

a. Estudio administrativo

Para realizar el estudio administrativo y legal se consideró los siguientes aspectos:

- 1) Formulación filosófica y estratégica de la empresa turística
- 2) El organigrama estructural y funcional
- 3) Manual de funciones de cada área
- 4) Reglamento para empleados y visitantes
- 5) Talento humano y remuneración económica.

b. Estudio legal

Para el estudio legal se consideró el marco legal y la normativa relacionado con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del lodge.

6. Determinar la viabilidad económica y financiera del lodge

a. Elaboración del estudio económico

Para elaborar el estudio económico se tomó en consideración los siguientes parámetros:

- 1) Activo fijo, diferido y capital de trabajo
- 2) Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- 3) Cálculo de depreciaciones
- 4) Cálculo de amortizaciones
- 5) Presupuesto de costos y gastos
- 6) Costo
- 7) Ingresos
- 8) Estado de resultados
- 9) Flujo de caja del proyecto
- 10) Cálculo del punto de equilibrio

b. Elaboración del análisis financiero

Se trabajó en base al estudio de mercado y se identificará los ingresos y egresos que presentó el estudio técnico y económico.

La rentabilidad del proyecto se muestra tras el cálculo de los indicadores de rentabilidad, como son flujo de caja, relación coste /beneficio, VAN y TIR, y tiempo de recuperación del capital.

V. RESULTADOS

A. DETERMINACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SAN JUAN

1. Cuadro resumen del inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial

Cuadro N°01. Cuadro resumen del ámbito de tradiciones y expresiones orales del Patrimonio cultural inmaterial

Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito	Denominación	Grupo social	Fecha o periodo	Uso simbólico	Portadores
Cultural Inmaterial	Tradiciones y expresiones orales	Cuentos	Cuentos sobre animales	Cuento del churuway	Puruwá	Ocasional	Narrativo	Individuos
		Cuentos	Cuentos sobre animales	Cuento del conejo	Puruwá	Ocasional	Narrativo	Individuos
		Leyendas	Otros	Leyenda encanto en el templo Machay	Puruwá	Ocasional	Narrativo	Individuos
		Leyendas	Otros	Leyenda los tres hermanos	Puruwá	Ocasional	Narrativo	Individuos

Cuadro N°02. Cuadro resumen del ámbito de Artes del espectáculo del Patrimonio cultural inmaterial

Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito	Denominación	Grupo social	Fecha o periodo	Uso simbólico	Portadores
Cultural Inmaterial	Artes del espectáculo	Música	Canciones andinas sagradas	Canciones andinas del Pawkar Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos
		Música	Canciones andinas sagradas	Canciones andinas del Inti Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos
		Música	Canciones andinas sagradas	Canciones andinas del Kulla Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos
		Música	Canciones andinas sagradas	Canciones andinas del Kapak Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos

Cuadro N°03. Cuadro resumen del ámbito Usos sociales, rituales y actos festivos del Patrimonio cultural inmaterial

Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito	Denominación	Grupo social	Fecha o periodo	Uso simbólico	Portadores
Cultural Inmaterial	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas vinculadas a solsticios y equinoccios de la parroquia San Juan	Pawkar Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos
		Fiestas	Fiestas vinculadas a solsticios y equinoccios de la parroquia San Juan	Inti Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos
		Fiestas	Fiestas vinculadas a solsticios y equinoccios de la parroquia San Juan	Kulla Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos
		Fiestas	Fiestas vinculadas a solsticios y equinoccios de la parroquia San Juan	Kapak Raymi	Puruwá	Anual	Ritual	Individuos
		Ritos	Ritos de iniciación	Ritos de iniciación	Puruwá	Continua	Ritual	Individuos
		Personajes festivos	Yachaks	Yachaks del pueblo Puruwá	Puruwá	Continua	Ritual	Individuos

		Uso social de la vestimenta	Vestimenta ritual	Vestimenta ritual de los yachaks	Puruwá	Ocasional	Ritual	Individuos
		Fiestas	Fiestas del carnaval	Fiestas del carnaval de la parroquia San Juan	Puruwá	Anual	Festivo	Individuos
		Practicas comunitarias tradicionales	Cosecha de la cebada	Cosecha de la cebada	Puruwá	Anual	Otro	Individuos
		Fiesta	Fiestas agrarias o productivas	Canto del jaway en la cosecha de la cebada	Puruwá	Anual	Festivo	Individuos

Cuadro N°04. Cuadro resumen del ámbito Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo del Patrimonio cultural inmaterial

Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito	Denominación	Grupo social	Fecha o periodo	Uso simbólico	Portadores
Cultural Inmaterial	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza	Gastronomía	Gastronomía ritual	Pambamicuy	Puruwá	Ocasional	Ritual	Individuos
		Gastronomía	Gastronomía ritual	Bebida o chicha ritual	Puruwá	Ocasional	Ritual	Individuos
		Medicina tradicional	Limpías vinculadas a solsticios y equinoccios	Limpías por solsticios y equinoccios	Puruwá	Ocasional	Ritual	Individuos
		Agrodiversidad	N/A	Selección de la semilla de papa	Puruwá	Otro	N/A	Individuos
		Agrodiversidad	N/A	Ceniza de paja y marco para el control de la plaga en la papa	Puruwá	Otro	N/A	Individuos
		Agrodiversidad	N/A	Remojo de la semilla de haba	Puruwá	Otro	N/A	Individuos

		Agrodiversidad	N/A	Endulzado los bulbos de la cebolla colorada	Puruwá	Otro	N/A	Individuos
		Agrodiversidad	N/A	El pishku chaki	Puruwá	Continua	N/A	Individuos

Cuadro N°05. Cuadro resumen del ámbito Técnicas artesanales tradicionales del Patrimonio cultural inmaterial

Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito	Denominación	Grupo social	Fecha o periodo	Uso simbólico	Portadores
Cultural Inmaterial	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas constructivas tradicionales	Minga	Construcción de las casas	Puruwá	Ocasional	N/A	Individuos

Fichas de registro del patrimonio cultural inmaterial de la parroquia San Juan (**Anexo N° 8**)

B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN LODGE EN LA PARROQUIA SAN JUAN.

1. Análisis de la oferta

a. Validación del inventario de atractivos turísticos

Cuadro N°06. Matriz resumen de los atractivos turísticos de la parroquia San Juan

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Longitud (UTM)	Latitud (UTM)	Altura (m)	Jerarquía
Iglesia de San Juan Bautista	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura Religiosa	746989	9819659	3246	II
El Camino del Inca	Manifestación Cultural	Histórico	Zona Arqueológica	744126	9830674	3797	II
Cuartel del Inca	Manifestación Cultural	Histórico	Zona Arqueológica	744310	9829906	3678	II

Feria de San Juan	Manifestación Cultural	Etnográficas	Ferias y Mercados	747066	9819646	3250	II
Grupo étnico de San Juan	Manifestación Cultural	Etnografía	Grupos Étnicos	747255	9819406	3240	II
Yana Rumi	Sitio Natural	Formaciones Geológicas	Piedra	740641	9828148	3882	II
La Chorrera	Sitio Natural	Rio	Cascada	741825	9830997	3730	II
Mirador de San Juan	Sitios Natural	Montaña	Cerro	745514	9821222	3301	I
Reserva de Producción Faunística Chimborazo	Sitio Natural	Áreas protegidas	Reserva de producción faunística	743259	9837992	4800	IV

Fuente: Ministerio de Turismo- Wilmer Gusniay

Cuadro N°07. Validación de estado de conservación y estado del entorno de los atractivos turísticos de la parroquia San Juan

Inventario Integrado				Resultados de la validación		
Nombre del Atractivo	Estado de conservación	Estado del entorno	Jerarquía	Estado de conservación	Estado del entorno	Jerarquía
Iglesia de San Juan Bautista	No alterado	Conservado	II	No alterado	Conservado	II
Camino del Inca	Alterado	En proceso de deterioro	II	Alterado	En proceso de deterioro	II
Cuartel del Inca	Alterado	En proceso de deterioro	II	Alterado	En proceso de deterioro	II
Feria de San Juan	No alterado	Conservado	II	Alterado	En proceso de deterioro	II
Grupo étnico de San Juan	No alterado	Conservado	II	Alterado	En proceso de deterioro	II

Nombre del Atractivo	Estado de conservacion	Estado del entorno	Jerarquía	Estado de conservacion	Estado del entorno	Jerarquía
Yana Rumi	No alterado	Conservado	II	No alterado	Conservado	II
La Chorrera	Alterado	Deteriorado	II	Alterado	Deteriorado	II
Mirador de San Juan	Alterado	En proceso de deterioro	I	Alterado	En proceso de deterioro	I
Reserva de Producción Faunística Chimborazo	Conservado	Conservado	IV	Alterado	En proceso de deterioro	IV

Fuente: Ministerio de Turismo- Wilmer Gusniay

Una vez Validado el estado de conservacion y estado del entorno de los atractivos turísticos de la parroquia San Juan se procedio a realizar el mapa de atractivos turisticos de la la parriquia San Juan el mismo que se encuentra en el (**Anexo .2**)

b. Inventario de la planta turística

Se acudió al catastro de la Unidad de Turismo del cantón Riobamba y de la Gerencia Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo para la validación de los prestadores de servicios turísticos (hospedaje, agencias de viajes, operadoras de turismo, alimentos y bebidas, etc.) de la parroquia San Juan.

1) Hospedaje

Cuadro N°08. Servicio de hospedaje en la parroquia San Juan

NOMBRE	SERVICIO	DIRECCIÓN	CONTACTO
Refugio Estrella del Chimborazo	Dispone de 8 hab. Doble/ 16 plazas	Km 36 vía al Chimborazo San Juan- Pulingui San Pablo	Zurita Martha 032364278
Hostería Cerro Blanco	Dispone 9 mesas/36 plazas 4 hab. 1 matrimonial, 1 simple/ 12 plazas	km 31 vía al Chimborazo	Katy Arias 2933217
Centro de turismo comunitario Casa Cóndor	Dispone de hab. Dobles 2, cuádruples 4, compartidas 1 /30 plazas.	Km 36 vía al Chimborazo San Juan- Pulingui San Pablo	Segundo Gualacañay (representante)
C.T.C Achik Ñan	Dispone de hab. Simples 6, cuádruples 6/ 30 plaza	Km 32 via al Chimborazo. San Juan- Comunidad Chimborazo	Marcelo Paca 032 554 040 0999833205

Fuente: Catastro de la Unidad de Turismo del cantón Riobamba y del MINTUR, 2013

Después de analizar el catastro de la Unidad de Turismo, y del Ministerio de Turismo se tiene que en la parroquia San Juan existen 4 establecimientos de Hospedaje.

2) Alimentación

Cuadro N°09. Servicio de Alimentación en la parroquia San Juan

NOMBRE	SERVICIO	DIRECCIÓN	CONTACTO
Cafetería- Restaurante La Tertulia	Gastronomía típica e internacional. Dispone de 11 mesas/ 90 plazas.	Av. Moisés Avalos barrio Santa Teresita(diagonal a la gasolinera)	Teresa Basantes 032933 186
UCASAJ	Gastronomía típica e internacional. Dispone de 8 mesas/ 32 plazas.	Av. Moisés Avalos barrio Santa Teresita(diagonal a la gasolinera)	Rosa Inga (representante legal) 032933 286
Centro de turismo comunitario Casa Cóndor	Gastronomía típica e internacional. Dispone de 8 mesas/ 30 plazas.	Km 36 vía al Chimborazo San Juan- Pulingui San Pablo	Segundo Gualacañay (representante) 032606 774
Centro Tambohuasha	Gastronomía típica Dispone de 4 mesas/ 16 plazas.	Comunidad Tambohuasha	Rosa Acán (representante)

Fuente: Catastro de la Unidad de Turismo del cantón Riobamba y del MINTUR, 2013

Después de analizar el catastro de la Unidad de Turismo, y del Ministerio de Turismo se tiene que en la parroquia San Juan existen 4 establecimientos de Alimentación.

3) Agencias de viaje y Tour Operadoras

Cuadro N°10. Agencias de viaje y Tour Operadoras

NOMBRE	SERVICIO	DIRECCIÓN	CONTACTO
Puruhá Razurku	Cabalgatas, caminatas, ascenso al Chimborazo, intercambio de experiencias, ciclismo.	Av. Canónigo Ramos y Miguel A. Jijón	Olmedo Cayambe 032606 774
Andes Spirit	Caminatas, ascenso al Chimborazo, ciclismo.	Duchicela 14-46 y Esmeraldas	2963981/ 0991473863

Sustaintours	Biking al Chimborazo.	Av. Daniel León Borja 36-30 y Uruguay	2954977
Incañan Ecoturism	Caminatas, ascenso al Chimborazo, intercambio de experiencias, Biking al Chimborazo.	Brasil 20-28 y Luis Alberto Falconi	Andrés Aguirre 2940508/ 0992948896
Soultrain	Biking al Chimborazo.	Carabobo 22-35 y 10 de Agosto	2964890/ 2962696
Exp. nieve selva- veloz Coronado	Caminatas, ascenso al Chimborazo y alta montaña,	Chile 33-21 y Francia	Ivo Veloz 2960916
Julio verne juver cía. Ltda.	Biking al Chimborazo, Caminatas, ascenso al Chimborazo y alta montaña,	PSJ. El Espectador 22-25 y Av. Daniel León Borja	Julio verme 2963436
Riotur travel	Caminatas, al Chimborazo, y Biking	Veloz 28-35 y Magdalena Dávalos	2968243
Andean adventures	Caminatas, al Chimborazo, y Biking	Av. Daniel León Borja 35-17 y Uruguay	2951389
Salazar tours cía. Ltda.	Caminatas, al Chimborazo, y Biking	Av. Daniel León Borja y Uruguay	2968412

Fuente: Catastro de la Unidad de Turismo del cantón Riobamba y del MINTUR, 2013

Después de analizar el catastro de la Unidad de Turismo, y del Ministerio de Turismo se tiene que en la parroquia San Juan existen 10 establecimientos que operan prestando servicios de Agencia de viaje y Tour Operadora.

4) Transporte turístico

El servicio de transporte turístico en el lugar no existe, RIOEMPRES TUORS S.A es el que presta los servicios desde la ciudad de Riobamba cuando existe la demanda de este tipo de transporte.

5) Servicio de Guianza

c. Inventario de productos turísticos

Una vez realizada las entrevistas a los establecimientos se clasificó en base a las líneas de productos turísticos reconocidos en el PLANDETUR 2020 dando como resultado las siguientes modalidades de turismo que se realizan en la parroquia San Juan.

Cuadro N°11. Modalidades de turismo y actividades turísticas que se desarrollan en la parroquia San Juan

MODALIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS			
LÍNEA DE PRODUCTO	VARIEDAD DE PRODUCTOS	NOMBRE DEL PRODUCTO	ADMINISTRADOR
Sol y playa	Sol y playa	N/A	N/A
Turismo Comunitario	Turismo comunitario	Turismo comunitario	CORDTUCH
Turismo Cultural	Patrimonios naturales y culturales	N/A	N/A
	Mercados y artesanías	N/A	N/A
	Gastronomía	N/A	N/A
	Shamanismo	N/A	N/A
	Fiestas populares	Fiestas patronales de la parroquia San Juan	Junta parroquial de San Juan
	Turismo religioso	N/A	N/A
	Turismo urbano	N/A	N/A
	CAVE, científico,	N/A	N/A

	académico, voluntario y educativo		
Parques temáticos	Parques temáticos	N/A	N/A
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales	RPFCH	MAE/ Operadoras de turismo
	Reservas y bosques privados	N/A	N/A
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	N/A	N/A
	Observación de flora y fauna	N/A	N/A
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	Trekking, Biking y Climbing al nevado Chimborazo	MAE/ Operadoras de turismo
	Deportes fluviales	N/A	N/A
	Deportes aéreos	N/A	N/A
	Deportes acuáticos	N/A	N/A
Turismo de salud	Termalismo	N/A	N/A
	Medicina ancestral	N/A	N/A
	SPA's	N/A	N/A
Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones	N/A	N/A

Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, Exposiciones y ferias	N/A	N/A
Turismo de cruceros	Cruceros	N/A	N/A

Fuente: Líneas de productos turísticos PLANDETUR 2020. Gusniay, W. 2013

d. Superestructura Turística

Cuadro N°12. Instituciones Públicas, Privadas, Comunitarias presentes en la Parroquia San Juan

INSTITUCIÓN	TIPO			COMPETENCIAS
	PU	PR	CO	
MUNICIPIO DE RIOBAMBA	X			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación local del Turismo ✓ Estructurar mecanismos de participación de los actores locales ✓ Propiciar la coordinación institucional a nivel local. ✓ Promoción interna de los productos turísticos locales. ✓ Incentivar las inversiones privadas, nacionales y extranjeras ✓ Otorgamiento de licencias y patentes, a los prestadores de servicios
CONSEJO PROVINCIAL DE CHIMBORAZO	X			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantenimiento de caminos vecinales, construcción y mantenimiento de infraestructura social como: Centros Infantiles, Biblioteca, etc.
GADS DE LA PARROQUIA SAN JUAN	X			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover la investigación de los valores naturales y culturales del área. ✓ Colaborar con las entidades gestoras de las áreas protegidas para la correcta conservación y manutención de las mismas ✓ Desarrollar campañas de concienciación a la población local para motivar comportamientos

				<p>más ecológicos y sostenibles respecto a los recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Impulsar acciones de participación de la población en el producto turístico
MINISTERIO DE TURISMO	X			<p>Como órgano rector de las políticas del sector, le corresponde importantes funciones tendientes a fortalecer y desarrollar el sector turístico nacional, como uno de los ejes estratégicos del desarrollo económico Nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño de políticas nacionales ✓ Coordinación y gestión política ✓ Planificación Nacional del Turismo ✓ Asistencia Técnica dirigida a municipios y prestadores de servicios
MINISTERIO DE CULTURA	X			<p>Establecer políticas para el desarrollo cultural de la población.</p>
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL (INPC)	X			<p>Inventariar y gestionar el patrimonio cultural.</p>
MINISTERIO DEL AMBIENTE	X			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concluir los planes de manejo de áreas naturales protegidas dando prioridad al turismo sostenible. ✓ Garantizar calidad ambiental en zonas urbanas y rurales, de desarrollo turístico.
MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS	X			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concluir la construcción de la red vial principal ✓ Priorizar la construcción y mantenimiento de accesos viales hacia destinos turísticos ✓ Señalización turística en toda la red principal ✓ Priorizar la rehabilitación del ferrocarril en los tramos de mayor atractivo turístico: Riobamba -Nariz del Diablo.
ACASAJ		X		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impulsar el desarrollo local a través de generación de fuentes de empleo por la prestación de servicios turísticos.

OMT <i>Organización Mundial del Turismo</i> (Internacional)				Estimular el crecimiento económico y la creación de empleo, incentivar la protección del medio ambiente y del patrimonio de los destinos, y promover la paz y el entendimiento entre todas las naciones del mundo a través del turismo.
ASEC <i>Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo</i>		X		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es apoyar al desarrollo sostenible del ecoturismo en el país, y al mismo tiempo, a sus miembros y así conseguir que el ecoturismo se realice con el mayor cuidado y bajo estrictas normas de conducta y éticas tanto para operadores como para visitantes. ✓ Genera ingresos para las comunidades en las cuales ocurre, sin prescindir de la conservación de sus recursos.
FEPTCE <i>Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador</i>			X	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer las experiencias desarrolladas en las tres regiones del Ecuador y facilitar procesos de inter aprendizaje en las nuevas iniciativas de turismo comunitario y solidario.
FENACAPTUR <i>Federación Nacional de Cámaras de Turismo</i>		X		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incorporar en la gestión de las empresas turísticas, una visión estratégica sobre la importancia del recurso humano como vehículo para mejorar la calidad de los productos y servicios, y la competitividad de las empresas en el mercado actual. ✓ Generar una relación eficaz de cooperación entre los trabajadores, los empresarios y los centros de formación, mediante la cual se articulen sus necesidades y responsabilidades en procura del mejoramiento de la calidad en el sector turístico.
CORDTUCH <i>Corporación de</i>			X	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer las organizaciones de base con el fin de ofertar productos de turísticos de calidad para el mercado que permiten mejorar las condiciones de vida de las comunidades y garantice la seguridad alimentaria.

<i>Desarrollo Comunitario y Turismo de Chimborazo.</i>				✓ Ofertar en el mercado nacional, regional e internacional productos turísticos de calidad para el desarrollo de la Comunidad.
---	--	--	--	--

*PR: Privada/ PU: Pública/ CO: Comunitaria

e. Análisis de la oferta sustitutiva y complementaria

1) Oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado aquellos establecimientos turísticos con características similares semejantes, donde el entorno natural sea el aspecto prioritario.

a) Características de Hosterías

Existen 5 hosterías en la ciudad de Riobamba que son las siguientes:

Cuadro N°13. Características de la Hostería Abraspungo

Razón social: HOSTERIA ABRASPUNGO	
Ubicación	Km 3/2 vía a Guano
Categoría	Primera
N° Habitaciones	42
N° Plazas	52

Servicios ofertados	Fax y teléfono Internet inalámbrico Restaurant de comida nacional e internacional Servicio de bar Servicio de lavandería Parqueadero Jardines Sala de conferencias para 50 personas City tours para grupos (bajo pedido) Áreas verdes Masajes y terapias naturales Cuarto de juegos de mesa
Precio habitación	Sencilla: \$78-74 Doble: \$ 109 Suit : \$ 150 Precio incluyen desayuno e impuestos
Clientes anuales	4200 (afluencia alta Julio, agosto y septiembre)

Cuadro N°14. Características de la Hostería El Troje

Razón social: HOSTERIA EL TROJE	
Ubicación	Km 4/2 vía a Chambo
Categoría	Primera
N° Habitaciones	40
N° Plazas	234
Servicios ofertados	Baño privado Televisión (TV Satelital) Alfombradas de pared a pared Duchas con agua caliente Chimeneas (a excepción de 16 habitaciones) Teléfono
Precio habitación	Sencilla: \$ 46 Doble: \$ 55 Triple : \$ 66

	Precio incluyen desayuno continental
Cientes anuales	3252 (temporada alta Julio y agosto)

Cuadro N°15. Características de la Hostería El Toril

Razón social: HOSTERIA EL TORIL	
Ubicación	Vía a baños km 1
Categoría	Primera
N° Habitaciones	33
N° Plazas	120
Servicios ofertados	<p>Habitaciones: alfombradas, tv cable, baño privado</p> <p>Restaurante, bar- cafetería con capacidad para 100 personas</p> <p>Sala de entretenimiento – Salón de eventos con capacidad para 280 personas</p> <p>Salón auditorio con capacidad para 100 personas</p> <p>Servicio de internet banda ancha – TV - Cable</p> <p>Piscinas cubiertas, sauna, 2 turco, 3 hidromasaje, polar y Spa</p> <p>Cancha deportiva múltiples futbol- vóley y áreas verdes</p> <p>Plaza de toros Javier Erazo Basantes y Parqueaderos</p> <p>Área de asaderos</p>
Precio habitación	<p>Sencilla: \$15</p> <p>Cabaña: \$ 15 pp.</p>
Cientes anuales	1200 (afluencia alta feriados excepto año nuevo). Básicamente esta hostería es sede de congresos y seminarios

Cuadro N°16. Características de la Hostería Andaluza

Razón social: HOSTERIA ANDALUZA	
Ubicación	Panamericana norte km 16, vía Ambato, Guano
Categoría	Primera
N° Habitaciones	55
N° Plazas	140
Servicios ofertados	TV - Cable Baño privado (agua caliente 24h) Restaurant, bar cafetería, karaoke Canchas, áreas verdes, salón para eventos, juegos de mesa Garaje
Precio habitación	Sencilla: \$61 Doble: \$ 72,20
Clientes anuales	2364 aproximadamente

Cuadro N°17. Características de la Hostería Bambú

Razón social: HOSTERIA BAMBÚ	
Ubicación	Av. Pedro Vicente Maldonado Km. 1 y Av. Saint Ammand Montrond, Panamericana Sur
Categoría	Primera
N° Habitaciones	19
N° Plazas	32
Servicios ofertados	Piscina temperada, sauna, turco, hidromasaje y baños de cajón 3 salas de recepción Cancha de fútbol Parqueadero Restaurant con platos de comida nacional e internacional Direc tv, internet inalámbrico

	Baño privado (agua caliente 24h) Restaurant, bar cafetería, karaoke Canchas, áreas verdes, salón para eventos, juegos de mesa Garaje
Precio habitación	\$ 20 en promedio
Clientes anuales	3360 aprox. (varia todos los meses del año – no existe una estacionalidad marcada)

2) Oferta complementaria

Estas son las características de los centros turísticos ubicados en la vía la Chimborazo

a) Casa Cóndor Chimborazo

La Comunidad Pulinguí San Pablo, y su centro de turismo Comunitario Casa Cóndor, están ubicados al noreste de la ciudad de Riobamba, a 37 km en la vía a los refugios del nevado Chimborazo, parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Realizan tours de uno, dos, tres, cuatro y cinco días, en los que se realizan las siguientes actividades y servicios: caminatas y cabalgatas, recorridos turísticos se ofrece el servicio de alimentación y hospedaje a través de campamentos comunitarios, existe capacidad para albergar a 40 personas. La alimentación se basa en productos de la zona y los guías son de la comunidad.

b) Centro turístico que pertenece a la Unión de Organizaciones Campesinas de la parroquia San Juan (UCASAJ)

Ofrecen el servicio de alojamiento a través de 4 habitaciones que cuentan con agua caliente. Servicio de restaurant.

La unión de Organizaciones Campesinas de la parroquia San Juan (UCASAJ) está formada por 23 comunidades indígenas de esta región ubicada en el cantón Riobamba, en la provincia de Chimborazo. La sede esta a 18 km de la ciudad de Riobamba, vía a los refugios del nevado Chimborazo. Las comunidades que la componen están en la zona de amortiguamiento de la reserva de producción faunística Chimborazo. Realizan las siguientes actividades turísticas: actividades espirituales – religiosas, de aventura, cabalgatas, ciclismo, ecología, naturaleza, educación, investigación, voluntariado, giras, montañismo, las tarifas generales van desde los \$ 50 hasta los \$ 100.

c) Refugio Estrella del Chimborazo

Este destino se ubica, en el km 36 vía al Chimborazo San Juan – Pulingui San Pablo. A este centro se accede en vehículo privado o público, por la Panamericana.

Este centro está a la flexibilidad para que el visitante elija las actividades de su preferencia y según el tiempo que disponga. Dispone de 8 habitaciones. Dobles / 16 Plazas, cuya tarifa es de unos \$35 por día y por persona, incluyendo alimentación, hospedaje.

2. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda turística se realizó bajo los siguientes parámetros.

a. Universo de estudio para turistas nacionales y extranjeros

El universo que se utilizó para el estudio son los datos obtenidos por el Ministerio del Ambiente, mediante el Registro de ingreso de turistas nacionales y extranjeros que visitan a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo en el año 2012. La REPFCH es el principal atractivo de la zona ya que este acoge la mayor cantidad de turistas que visitan el lugar.

Cuadro N°18. Cálculo del universo de estudio de turistas nacionales y extranjeros

VISITANTES	2010		2011		2012	
TIPO DE VISITANTES Nacionales – N Extranjeros - E	N	E	N	E	N	E
Enero	686	612	2501	417	3099	1631
Febrero	1215	650	2552	698	7005	479
Marzo	899	599	5251	505	3377	407
Abril	1195	457	3607	520	5984	569
Mayo	658	714	3011	667	3611	723
Junio	547	528	1579	443	2262	617
Julio	1818	1278	4254	1305	4587	842
Agosto	2893	1773	5359	1818	6230	1074
Septiembre	1198	661	2282	764	3860	902
Octubre	360	1187	2077	1290	3740	872
Noviembre	1460	1013	7267	1402	5686	819
Diciembre	1464	526	1623	652	4515	699
Sub-Total	14393	9998	41363	10481	53956	9695
TOTAL ANUAL	24391		51844		63590	

Fuente: Ministerio del ambiente, 2012

b. Cálculo del universo de estudio de turistas Nacionales**1) Muestra**

Para el cálculo de la muestra se ha utilizado un margen de error del 8%.

2) Muestra para turistas nacionales

n = Tamaño de la muestra

N = Universo (53956)

pq = Constante de varianza proporcional (0,25)

- e = Margen de error. (0,08)
 z = Constante de corrección de error (1.75)
 (N-1) = Población disminuida en la unidad.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 + (p \cdot q)}$$

$$n = \frac{53956 * (0.5 * 0.5)}{(53956 - 1)(0.08/1.75)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{13489}{113.004}$$

n = 119 Total encuestas

Los turistas nacionales que visitaron la Reserva de producción Faunística Chimborazo en el año 2012 fueron de 53956 turistas, de esto se ha dispuesto 119 Encuestas a aplicarse.

c. Cálculo del universo de estudio de turistas Extranjeros

1) Muestra

Para el cálculo de la muestra se ha utilizado un margen de error del 8%.

2) Muestra para turistas extranjeros

- n = Tamaño de la muestra
 N = Universo (9695)
 pq = Constante de varianza proporcional (0,25)
 e = Margen de error. (0,08)
 z = Constante de corrección de error (1.75)
 (N-1) = Población disminuida en la unidad.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 + (p \cdot q)}$$

$$n = \frac{9695 * (0.5 * 0.5)}{(9695 - 1)(0.08/1.75)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{2423}{20.508}$$

n = 118 Total encuestas

Los turistas extranjeros que visitaron la Reserva de producción Faunística Chimborazo en el año 2012 fueron de 9695 turistas, de esto se ha dispuesto 118 Encuestas a aplicarse

3) Instrumento

El instrumento de investigación que se utilizó para el estudio de la demanda fue la encuesta, que se encuentra adjunta en el (Anexo. 3), instrumento aplicado a turistas de habla hispana; y en el (Anexo. 4), instrumento aplicado a turistas de habla inglesa.

3. Caracterización de la demanda turística

1) Edad de los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°19. Según la edad de los turistas nacionales y extranjeros

	Rangos Edad	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	19 a 27 años	16	13%
	27 a 35 años	28	24%
	35 a 43 años	42	35%
	43 a 51 años	12	10%
	51 a 59 años	21	18%
Total		119	100%
	19 a 27 años	29	24%

Turistas Extranjeros	27 a 35 años	22	19%
	35 a 43 años	35	30%
	43 a 51 años	19	16%
	51 a 59 años	13	11%
Total		118	100%

a) **Edad media de turistas nacionales**

Tabla N°02. Edad media de turistas nacionales

Rangos de edad	Fa	Fr	Mc	X
19 a 27	16	0,13	23	2,99
27 a 35	28	0,24	39	9,36
35 a 43	42	0,35	31	10,85
43 a 51	12	0,10	47	4,7
51 a 59	21	0,18	55	9,9
Totales	119	1,00		38

b) **Edad media de turistas extranjeros**

Tabla N°03. Edad media de turistas extranjeros

Rangos de edad	Fa	Fr	Mc	X
19 a 27	29	0,24	23	5,52
27 a 35	22	0,19	39	7,41
35 a 43	35	0,30	31	9,3
43 a 51	19	0,16	47	7,52
51 a 59	13	0,11	55	6,05
Totales	118	1,00		36

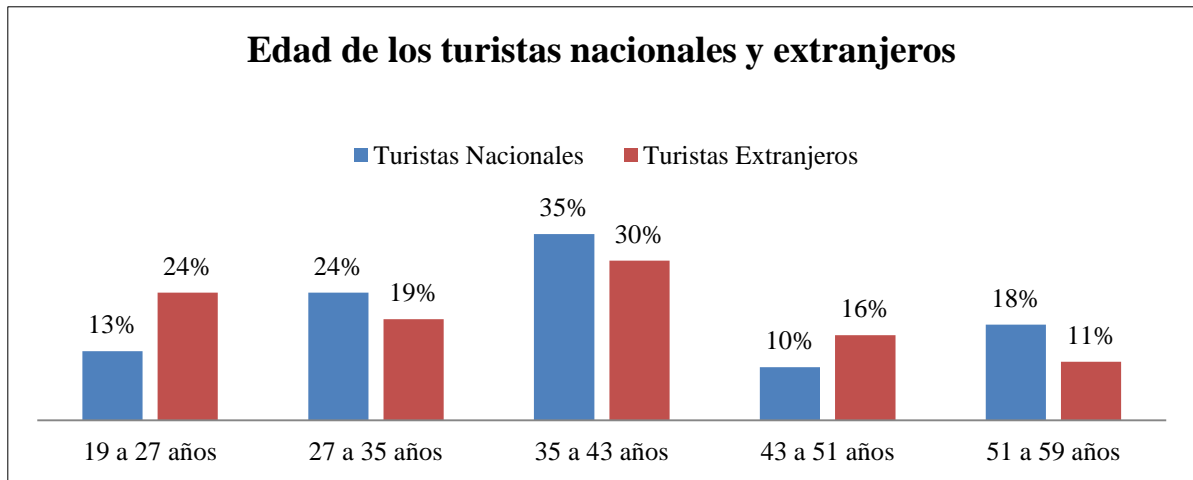


Gráfico N°01. Según la edad de los turistas nacionales y extranjeros

Según las encuestas aplicadas, en el rango de 35 a 43 años en el segmento de mercado nacional están en el porcentaje del 35% y en el segmento de mercado de extranjeros en un porcentaje del 30%, mientras que en el rango de 27 a 35 años en segmento de mercado nacional están en un porcentaje del 24% y con un mismo porcentaje en el segmento de mercado de extranjeros en el rango de 19 a 27 años, teniendo de esta manera en el mercado nacional una edad media de 38 años, y en el mercado de extranjeros una edad media de 36 años de edad.

2) Género de los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°20. Según el género de turistas nacionales y extranjeros

Turistas Nacionales	Género	No. Encuestas	Porcentaje (%)
	Femenino	51	43%
	Masculino	68	57%
Total		119	100%
Turistas Extranjeros	Femenino	73	62%
	Masculino	45	38%
Total		118	100%

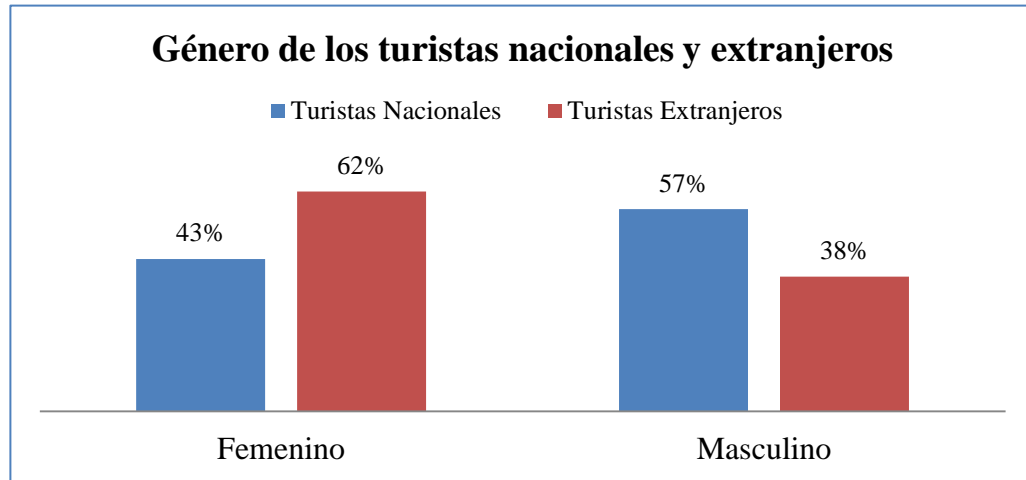


Gráfico N°02. Según el género de turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, el género femenino en el segmento de mercado nacional están en un porcentaje del 43% y en el segmento de mercado de extranjeros en un porcentaje del 62%, mientras que de género masculino en segmento de mercado nacional están en un porcentaje del 57% y en el segmento de mercado de extranjeros en un porcentaje del 38%.

3) Lugar donde vive en la actualidad

Cuadro N° 21. Según el lugar donde viven en la actualidad los turistas nacionales y extranjeros

	Ciudad o País	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	Riobamba	21	18%
	Quito	38	32%
	Guayaquil	24	20%
	Ambato	22	19%
	Cuenca	10	8%
	Puyo	4	3%
	Total	119	100%
Turistas Extranjeros	Estados Unidos	27	23%
	Francia	17	14%
	España	24	20%
	Alemania	19	16%
	Holanda	8	7%
	Colombia	7	6%
	Perú	10	9%
	Argentina	6	5%
	Total	118	100%

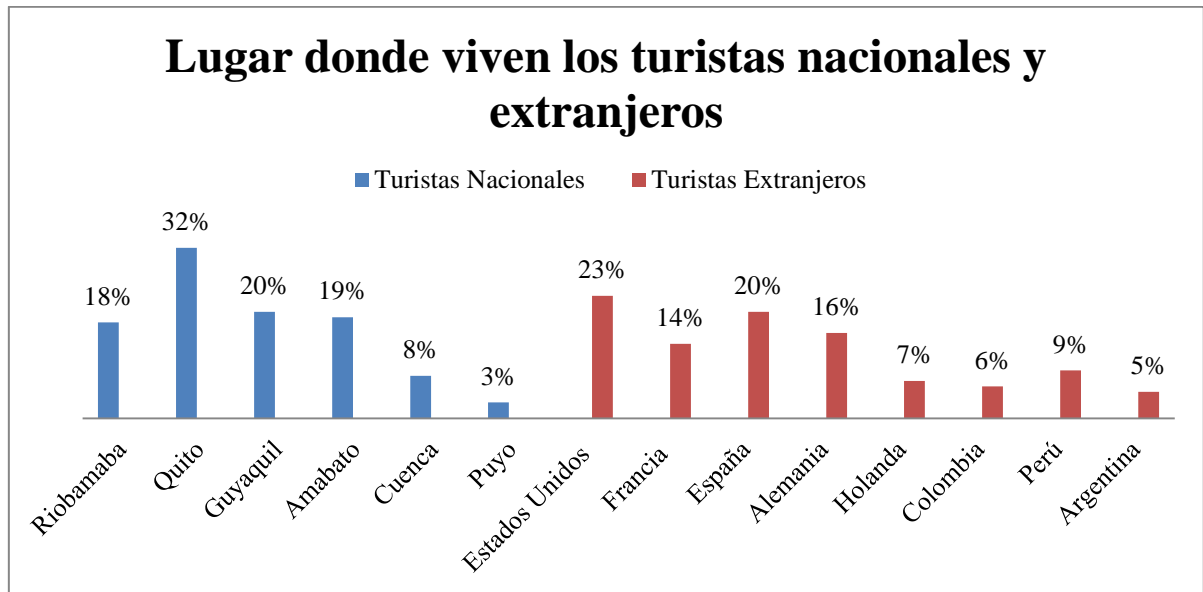


Gráfico N°03. Según el lugar donde viven en la actualidad los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento de mercado nacional, los turistas viven en la actualidad en la ciudad de Quito en un porcentaje 32%, en la ciudad de Guayaquil en un porcentaje del 20%, en la ciudad de Ambato viven en un porcentaje es de 19%, en la ciudad de Riobamba en un porcentaje de 18%, en el segmento extranjero, principalmente son de Estados Unidos con un porcentaje de 23%, luego España con un porcentaje del 20%, turistas de Alemania con un porcentaje del 16%, mientras que turistas de Francia con un porcentaje del 14%, en tanto que los turistas de Perú tienen un porcentaje del 9%.

4) Nivel de educación de los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°22. Según el nivel de educación de los turistas nacionales y extranjeros

	Nivel de educación	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	Primaria	9	8%
	Secundaria	35	29%
	Superior	57	48%
	Post-grado	18	15%
Total		119	100%
	Primaria	2	2%

Turistas Extranjeros	Secundaria	5	4%
	Superior	73	62%
	Post-grado	38	32%
Total		118	100%

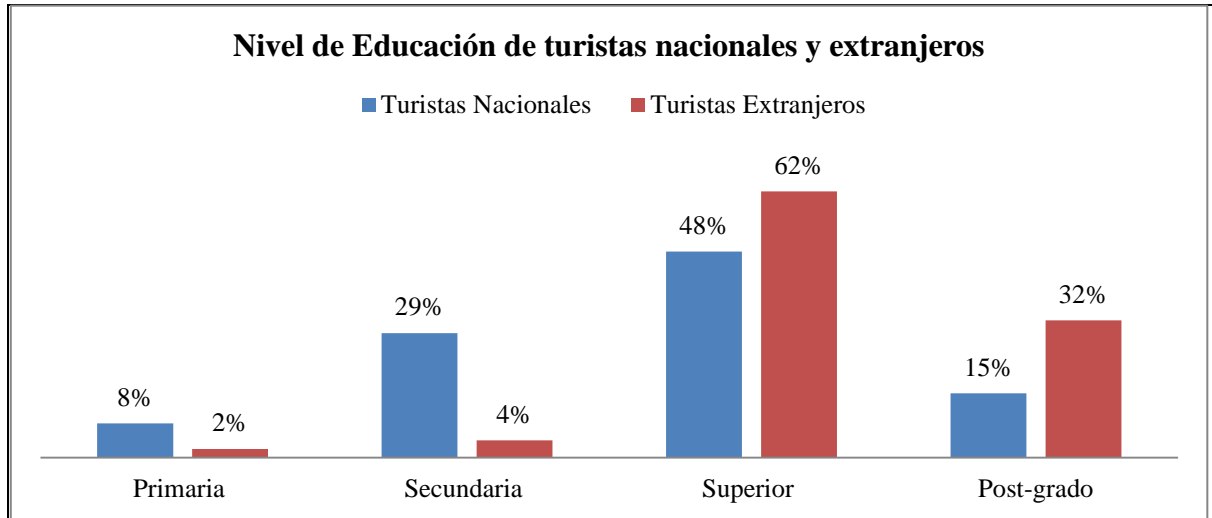


Gráfico N°04. Según el nivel de educación de los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados tienen un nivel de educación superior en el segmento del mercado de extranjeros con un porcentaje del 68%, y en el segmento del mercado nacional con un porcentaje del 48%.

5) Personas con los que el turista nacional y extranjero realiza sus salidas o paseos

Cuadro N°23. Según el número de personas que los turistas nacionales y extranjeros realiza sus salidas o paseos

	Salidas o paseos	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	Solo	19	16%
	2 personas	27	23%
	3 a 5 personas	65	54%

	Más de 5 personas	8	7%
Total		119	100%
Turistas Extranjeros	Solo	20	17%
	2 personas	54	46%
	3 a 5 personas	41	35%
	Más de 5 personas	3	2%
Total		118	100%

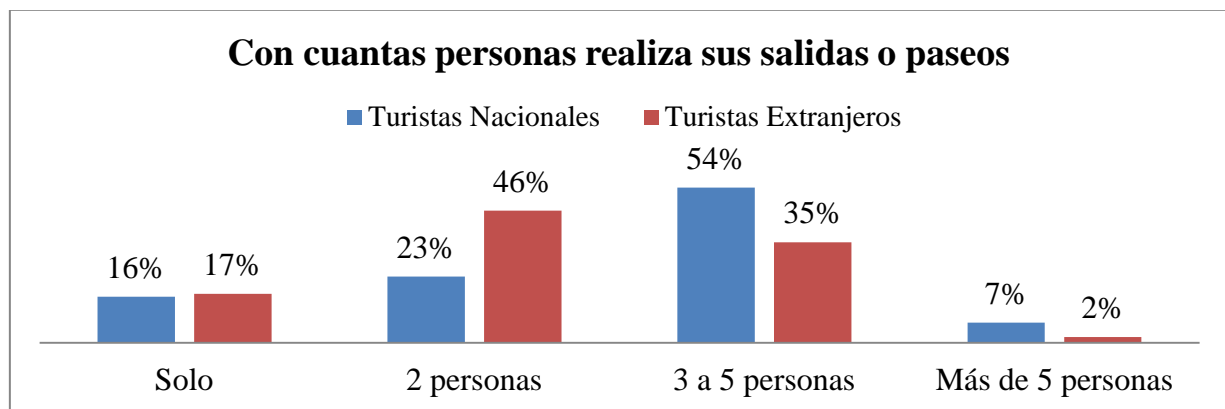


Gráfico N°05. Según el número de personas que los turistas nacionales y extranjeros realiza sus salidas o paseos

De los turistas encuestados en el segmento de mercado nacional un porcentaje del 54% realiza sus salidas o paseos con 3 a 5 personas, en el mercado extranjero en un porcentaje del 46% realiza sus salidas o paseos con 2 personas.

6) Motivación para realizar sus viajes en los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°24. Según motivo de viaje de los turistas nacionales y extranjeros

	Motivo de viaje	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	Vacaciones	16	13%
	Visita a familiares/Amigos	67	56%
	Congreso / convención	8	7%
	Negocios / Trabajo	28	24%
	Total	119	100%

Turistas Extranjeros	Vacaciones	77	65%
	Visita a familiares/Amigos	2	2%
	Congreso / convención	23	19%
	Negocios / Trabajo	16	14%
Total		118	100%

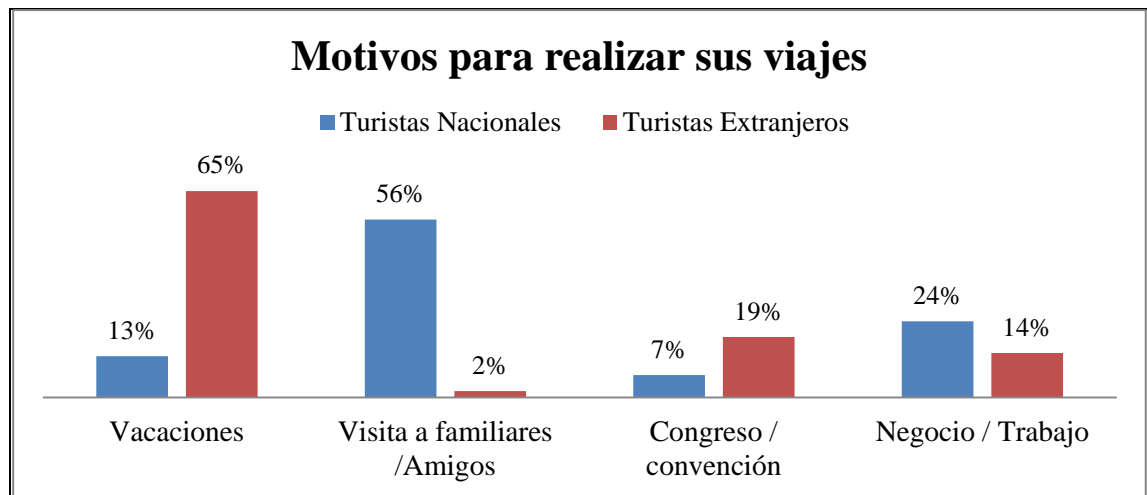


Gráfico N°06. Según motivo de viaje de los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento de mercado nacional con un porcentaje del 56% realiza sus viajes por visita a familiares y amigos, mientras que en el mercado extranjero en un 65% lo realiza por vacaciones.

7) Días de permanencia en el lugar de visita de los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°25. Según los días de permanencia en el lugar de visita

Turistas Nacionales	Días de permanencia	No. Encuestas	Porcentaje (%)
	1Día	82	69%
	2Días	20	17%
	3Días	13	11%
	Más de 3 días	4	3%

Total		119	100%
Turistas Extranjeros	1Día	19	16%
	2Días	67	57%
	3Días	26	22%
	Más de 3 días	6	5%
Total		118	100%

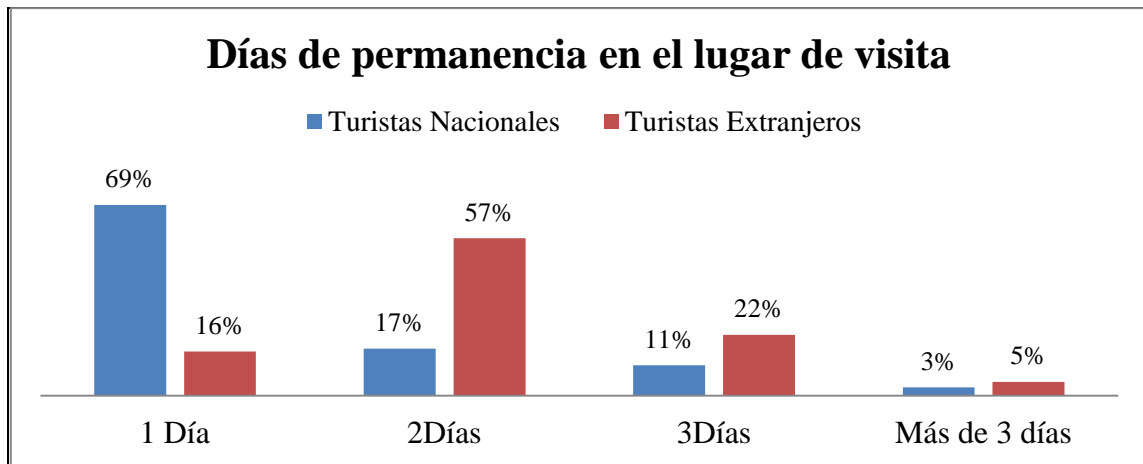


Gráfico N°07. Según los días de permanencia en el lugar de visita

De los turistas encuestados, en el segmento del mercado nacional con un porcentaje del 69% permanece en el lugar de visita 1 día, mientras que en el mercado extranjero en un porcentaje del 57% permanece 2 días.

8) Preferencia para hospedarse en un lodge temático andino en la visita al nevado Chimborazo de los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°26. Según la preferencia para hospedarse en un lodge temático andino en su visita al nevado Chimborazo de los turistas nacionales y extranjeros

Turistas Nacionales	Servicios de un lodge	No. Encuestas	Porcentaje (%)
	Si	78	66%
	No	41	34%
Total		119	100%
Turistas	Si	93	79%

Extranjeros	No	25	21%
Total		118	100%

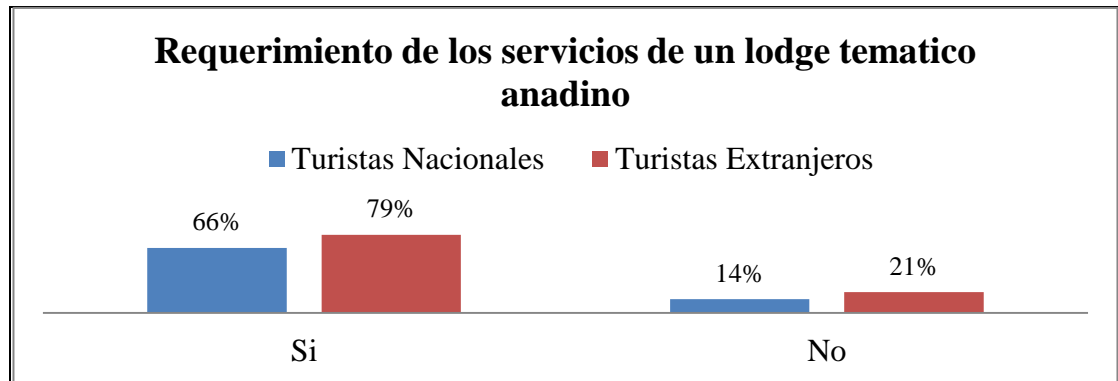


Gráfico N°08. Según la preferencia para hospedarse en un lodge temático andino en su visita al nevado Chimborazo de los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento del mercado nacional en un porcentaje del 66% si le gustaría contar con los servicios de un lodge temático andino, mientras que en el mercado extranjero con un porcentaje del 79%.

9) Preferencia de las áreas de servicio del lodge temático andino los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°27. Según los tipos de servicios que prestaría el lodge temático andino a los turistas nacionales y extranjeros

	Tipos de servicios del lodge	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	Hospedaje	15	5%
	Visita a huertos orgánicos	36	12%
	Gastronomía Andina	78	25%
	SPA's Andino	53	17%
	Ceremonias andinas	55	18%
	Venta de artesanías	20	7%
	Talleres artesanales	13	4%

	Talleres en agricultura orgánica	38	12%
Total			100%
Turistas Extranjeros	Hospedaje	65	22%
	Visita a huertos orgánicos	27	9%
	Gastronomía Andina	38	13%
	SPA's Andino	56	19%
	Ceremonias andinas	30	10%
	Venta de artesanías	47	16%
	Talleres artesanales	26	9%
	Talleres en agricultura orgánica	6	2%
Total			100%

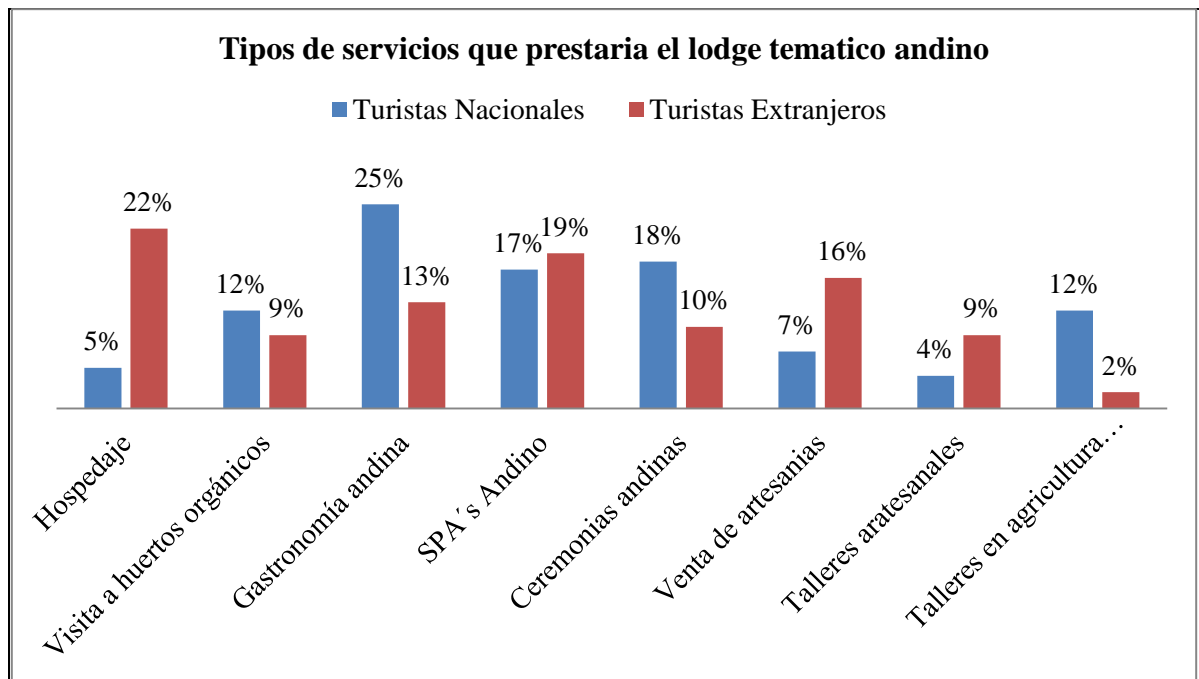


Gráfico N°09. Según los tipos de servicios que prestaría el lodge temático andino a los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento del mercado nacional con un porcentaje del 25% requiere los servicios de gastronomía andina, con un 18% los servicios de ceremonias andinas,

con un 17 % SPA´s andino mientras que en el mercado extranjero con un porcentaje 22% los servicios de hospedaje, con un 19% un SPA´s andino y un 16% la venta de artesanías.

10) Capacidad de gasto por los servicios de hospedaje, alimentación, ceremonias andinas y SPA´s andino de los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°28. Según la capacidad de gasto por los servicios prestados por el lodge los turistas nacionales y extranjeros

	Valor a pagar por los servicios	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	\$ 30-50	97	82%
	\$ 50-80	16	13%
	\$ 80-100	4	3%
	Más de \$ 100	2	2%
	Total	119	100%
Turistas Extranjeros	\$ 30-50	22	19%
	\$ 50-80	57	48%
	\$ 80-100	24	20%
	Más de \$ 100	15	13%
	Total	118	100%

c) Gasto promedio de los turistas nacionales

Tabla N°04. Gasto promedio de los turistas nacionales

Gasto promedio	Fa	Fr	Mc	X
\$ 30-50	97	0,82	40	\$32,80
\$ 50-80	16	0,13	65	\$8,45
\$ 80-100	4	0,03	90	\$2,70
Más de \$ 100	2	0,02	150	\$3,00
Totales	119	1,00		\$46,95

d) Gasto promedio los turistas extranjeros

Tabla N°05. Gasto promedio de los turistas extranjeros

Gasto promedio	Fa	Fr	Mc	X
\$ 30-50	22	0,19	40	\$7,60
\$ 50-80	57	0,48	65	\$31,12
\$ 80-100	24	0,20	90	\$18,00
Más de \$ 100	15	0,13	150	\$19,50
Totales	118	1,00		\$76,22

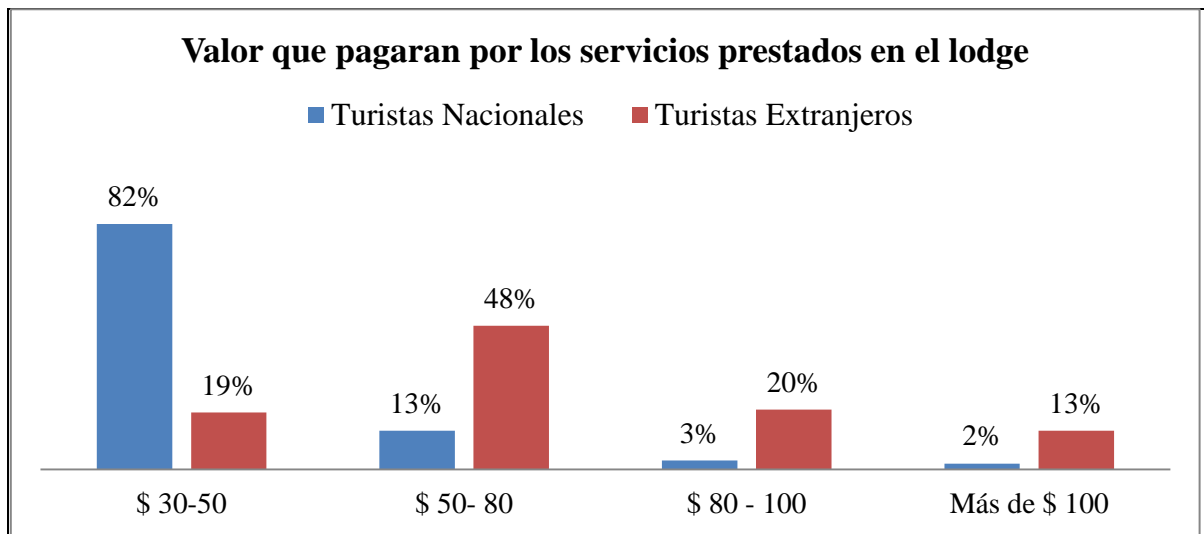


Gráfico N°10. Según la capacidad de gasto por los servicios prestados por el lodge los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento del mercado nacional un porcentaje del 82% pagarían un valor de \$ 30 – 50 por los servicios prestados por el lodge, mientras que en el mercado nacional pagarían un valor de \$ 30 – 50 por los servicios prestados por el lodge en un porcentaje del 48%, teniendo en cuenta que el gasto promedio en el mercado nacional es de \$46.95, mientras que en mercado extranjero es de \$76.22.

11) Disposición de gasto por persona los servicios de alimentación y hospedaje en el lodge de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro N°29. Según la disposición de gasto por persona por los servicios de alimentación y hospedaje en el lodge los turistas nacionales y extranjeros.

	Valor a pagar persona	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	\$ 10-20	102	49%
	\$ 20-40	12	26%
	\$ 40-60	4	11%
	Más de \$ 60	1	14%
	Total	119	100%
Turistas Extranjeros	\$ 10-20	42	36%
	\$ 20-40	45	38%
	\$ 40-60	16	13%
	Más de \$ 60	15	13%
	Total	118	100%

e) Gasto promedio por persona de los turistas nacionales

Tabla N°06. Gasto promedio por persona de los turistas nacionales

Gasto por persona	Fa	Fr	Mc	X
\$ 10-20	102	0,86	15	\$12,90
\$ 20-40	12	0,10	30	\$3,00
\$ 40-60	4	0,03	50	\$1,50
Más de \$ 60	1	0,01	90	\$0,90
Totales	119	1,00		\$18,30

f) Gasto promedio por persona de los turistas extranjeros

Tabla N°07. Gasto promedio por persona de los turistas extranjeros

Gasto por persona	Fa	Fr	Mc	X
\$ 10-20	42	0,35	15	\$5,25
\$ 20-40	45	0,38	30	\$11,40
\$ 40-60	16	0,14	50	\$7,00
Más de \$ 60	15	0,13	90	\$11,70
Totales	118	1,00		\$35,35

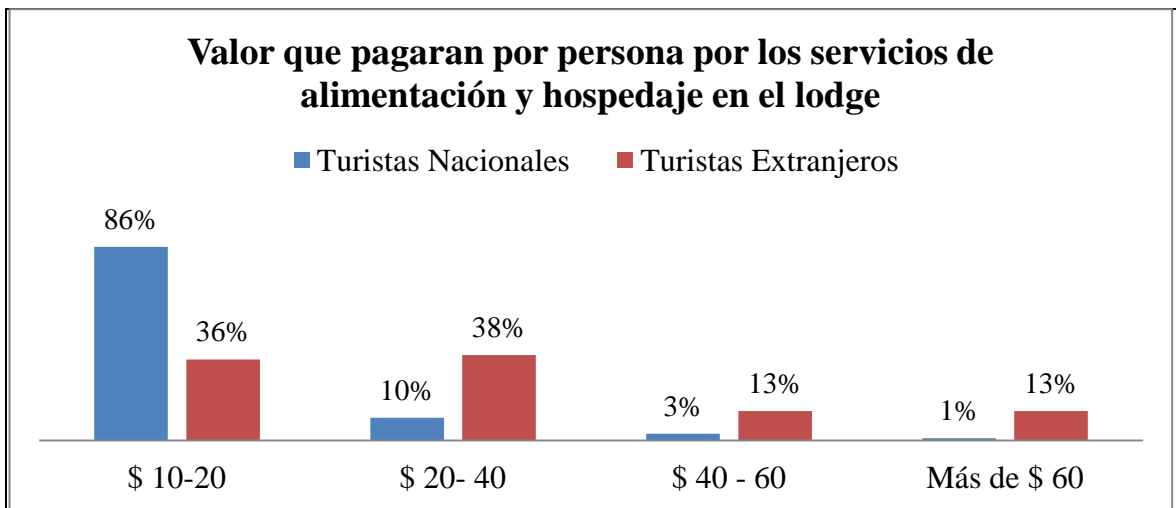


Gráfico N°11. Según la disposición de gasto por persona por los servicios de alimentación y hospedaje en el lodge de los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento del mercado nacional un porcentaje del 86% pagarían un valor de \$ 10 – 20 por persona por los servicios de alimentación y hospedaje prestados por el lodge, mientras que en el mercado extranjero en un porcentaje del 38%, teniendo en cuenta que el gasto promedio por persona en el mercado nacional es de \$27.25, y en el mercado extranjero es de \$35.35.

12) Preferencia para realizar sus pagos de los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°30. Según cómo realizan sus pagos los turistas nacionales y extranjeros

Turistas Nacionales	Formas de pago	No. Encuestas	Porcentaje (%)
	Efectivo	115	97%
	Tarjeta de crédito	4	3%
Total		119	100%
Turistas Extranjeros	Efectivo	109	92%
	Tarjeta de crédito	9	8%
Total		118	100%

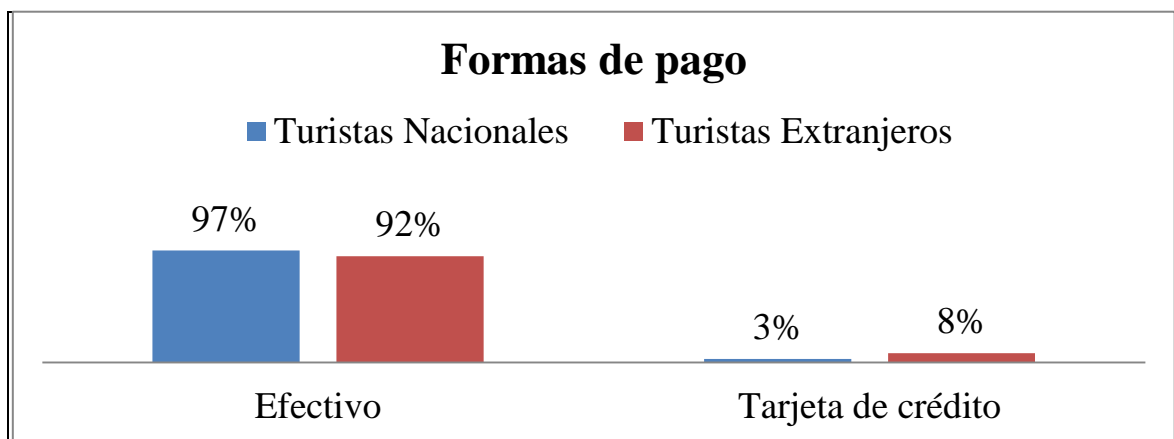


Gráfico N°12. Según cómo realizan sus pagos los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento del mercado nacional en un porcentaje del 97% realizan sus pagos en efectivo, mientras que en el mercado extranjero con un porcentaje del 92%.

- 13) Mediante que medios obtiene información de los diferentes lugares turísticos los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro N°31. Según cómo obtienen información de los diferentes lugares turísticos los turistas nacionales y extranjeros

Turistas Nacionales	Medios de información	No. Encuestas	Porcentaje (%)
	Agencia de Viajes	4	3%
Turistas Nacionales	Prensa escrita	13	11%
	Guía turística	22	19%
	Radio, Televisión	25	21%
	Internet	49	41%
	Otros	6	5%
	Total	119	100%
Turistas Extranjeros	Agencia de Viajes	24	21%
	Prensa escrita	18	15%
	Guía turística	22	19%
	Radio, Televisión	11	2%
	Internet	38	22%
	Otros	5	1%
Total		118	100%

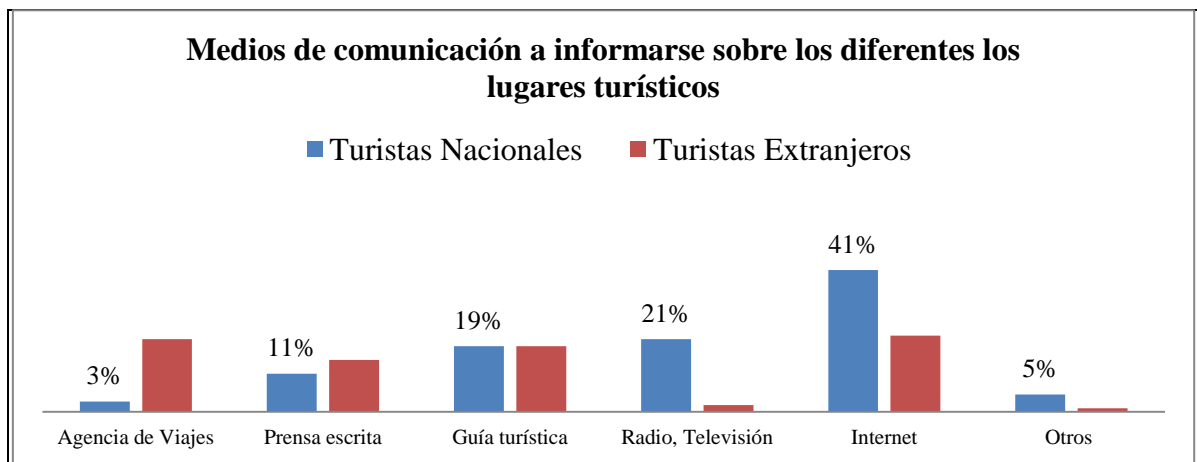


Gráfico N°13. Según cómo obtienen información de los diferentes lugares turísticos los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados entre los medios de información más utilizados para obtener información de los diferentes lugares turísticos es el internet y de esta manera se tiene que para el mercado nacional con un porcentaje del 41 %, y para el mercado extranjero con un porcentaje del 22%.

14) Diferentes actividades que realizarían en el lugar de visita los turistas nacionales y extranjeros

Cuadro N°32. Según los tipos de actividades que realizaran en el lugar los turistas nacionales y extranjeros

	Tipos de actividades	No. Encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Nacionales	Ceremonias andinas	58	25%
	Talleres artesanales	36	15%
	Visita a huertos orgánicos	28	12%
	Cosecha de la cebada	25	11%
	Técnicas artesanales	33	14%
	Deguste de la gastronomía del lugar	54	23%
	Total		100%
Turistas Extranjeros	Ceremonias andinas	28	16%
	Talleres artesanales	26	15%
	Visita a huertos orgánicos	42	24%
	Cosecha de la cebada	15	9%
	Técnicas artesanales	26	15%
	Deguste de la gastronomía del lugar	37	21%
Total			100%

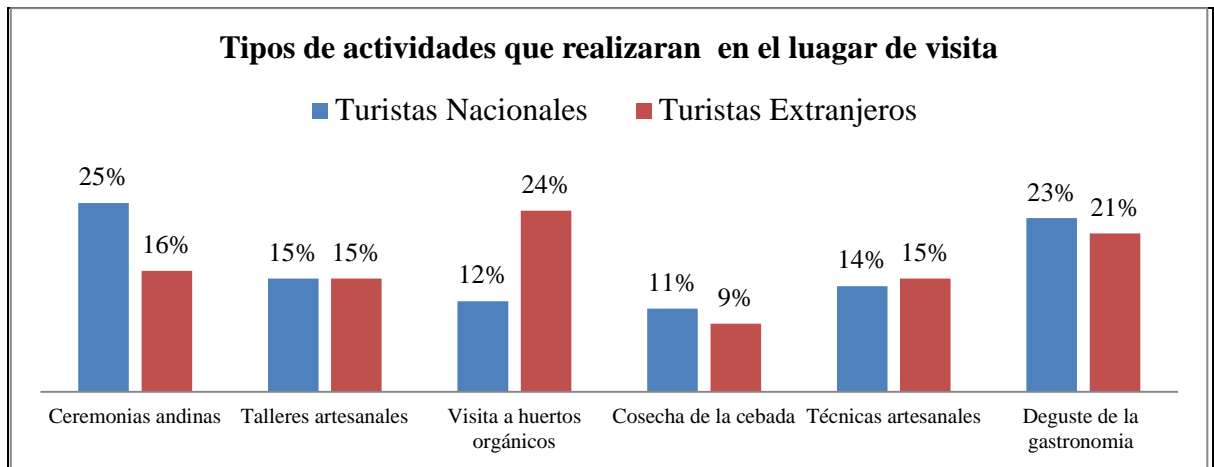


Gráfico N°14. Según los tipos de actividades que realizarán en el lugar los turistas nacionales y extranjeros

De los turistas encuestados, en el segmento del mercado nacional un porcentaje del 25% estarían dispuestos a participar de las ceremonias andinas, mientras que en el mercado en un porcentaje del 23% deguste de la gastronomía del lugar, en un porcentaje del 15% prefieren participar de talleres artesanales, en el mercado extranjero en un porcentaje del 24% visitar a huertos orgánicos, en un porcentaje del 21% está dispuesto a degustar de la gastronomía del lugar en un porcentaje del 15% prefiere técnicas artesanales o talleres artesanales.

4. Perfil del turista nacional y extranjero

a. Perfil del turista nacional

El perfil del turistas nacional está entre los 35y 43 años de edad (35%) teniendo como edad media 38 años, de estos el género masculino predomina (57%) la mayoría de visitantes son de la ciudad de Quito (32%), de Guayaquil (20%), y de Ambato (19%) principalmente de los cuales tienen un nivel académico superior (48%).

Los turistas realizan sus salidas o paseos entre 3 a 5 personas (54%) y su principal motivo de viaje es la visita a familiares y amigos (56%) y su permanencia en el lugar de visita es de un día (69%).

El (66%) si les gustaría en su visita al nevado Chimborazo contar con los servicios de un lodge temático andino con los siguientes servicios: Gastronomía andina (25%), ceremonias andinas (18%), SPA´s Andino (17%), visita a huertos orgánicos y talleres en agricultura orgánica (12%).

Los visitantes estarían dispuestos a gastar de \$30 a 50 dólares (82%) en un promedio de \$46,95 dólares por los servicios de hospedaje, alimentación, ceremonias andinas, y SPA´s andino, en donde el gasto por persona es de \$ 10 a 20 en un promedio de \$ 18,30 dólares por los servicios de hospedaje y alimentación que prestaría el lodge temático andino en la parroquia San Juan al turista.

Su forma de pago es en efectivo (97%), en donde obtienen información de los diferentes lugares turísticos es en el internet (41%), y el tipo de actividades que prefieren realizar en su visita al lugar son: ceremonias andinas (25%), deguste de la gastronomía del lugar (23%), talleres artesanales (15%), técnicas artesanales (14%), visita a huertos orgánicos (12%), cosecha de la cebada (11%).

b. Turista extranjero

El perfil del turistas extranjero está entre los 35y 43 años de edad (30%) teniendo como edad media 36 años, de estos el género femenino predomina (62%) la mayoría de visitantes son de los Estados Unidos (23%), de España (20%), y de Alemania (16%) principalmente de los cuales tienen un nivel académico superior (62%).

Los turistas realizan sus salidas o paseos entre 2 personas (46%) y su principal motivo de viaje son las vacaciones (65%) y su permanencia en el lugar de visita es de 2 días (57%).

El (79%) si les gustaría en su visita al nevado Chimborazo contar con los servicios de un lodge temático andino con los siguientes servicios: Hospedaje (22%), SPA´s Andino (19%), venta de artesanías (16%), Gastronomía andina (13%).

Los visitantes estarían dispuestos a gastar de \$50 a 80 dólares (48%) en un promedio de \$76,22 dólares por los servicios de hospedaje, alimentación, ceremonias andinas, y SPA´s andino, en donde el gasto por persona es de \$ 20 a 40 en un promedio de \$ 35,35 dólares por los servicios de hospedaje y alimentación que prestaría el lodge temático andino en la parroquia San Juan al turista.

Su forma de pago es en efectivo (92%), en donde obtienen información de los diferentes lugares turísticos es en el internet (32%), y el tipo de actividades que prefieren realizar en su visita al lugar son: Visita a huertos orgánicos (24%), deguste de la gastronomía del lugar (21%) ceremonias andinas (16%), talleres artesanales y técnicas artesanales (15%), cosecha de la cebada (11%).

5. Proyección de la oferta y de demanda

a. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

1) Proyección de la demanda para el lodge temático andino

El 66% de los turistas nacionales se manifestaron positivamente con respecto a alojarse en el lodge temático andino es decir:

$$53956 * 66\% = 35611 \text{ turistas potenciales nacionales.}$$

En cambio de los turistas internacionales, manifestaron su aceptación con respecto a alojarse en el lodge temático andino en un 79%, es decir:

$9695 * 79\% = 7660$ turistas potenciales internacionales. Para la proyección de la demanda potencial para el alojamiento en el logde temático andino se utilizó el método del incremento compuesto, agrupando los valores de los turistas nacionales e internacionales (valor total 43271 clientes potenciales), y estos valores se tomaron de los resultados de las encuestas en la pregunta N° 8 en la que los turistas aceptan alojarse y utilizar las instalaciones del alojamiento en el logde temático andino ubicado en la parroquia San Juan.

Cuadro N° 33. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
AÑOS	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2014(0)	35611	7660	43271
2015(1)	36038	7751	43789
2016(2)	36471	7844	44315
2017(3)	36908	7938	44846
2018(4)	37351	8033	45384
2019(5)	37800	8130	45930

b. Proyección de la oferta para los próximos 5 años

La proyección de la oferta se realizó para los próximos 5 años, en base a la demanda de las cinco hosterías existentes en la ciudad de Riobamba. Luego de realizar la respectiva investigación de campo se obtuvo un total de 14376 turistas consumen la oferta existente, de los cuales el 57% son nacionales y el 43% extranjeros.

Para la proyección de la oferta se utilizó la fórmula del incremento compuesto.

Cuadro N°34. Proyección de la oferta para los próximos 5 años

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
AÑOS	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2014(0)	8194	6182	14376
2015(1)	8293	6256	14549

2016(2)	8392	6331	14723
2017(3)	8493	6407	14900
2018(4)	8595	6484	15079
2019(5)	8698	6562	15260

c. confrontación oferta – demanda

1) Proyección de la demanda insatisfecha

Cuadro N°35. Proyección de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años

PROYECCIÓN DE LA INSATISFECHA			
AÑOS	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2014(0)	27417	1478	28895
2015(1)	27745	1495	29240
2016(2)	28079	1513	29592
2017(3)	28415	1531	29946
2018(4)	28756	1549	30305
2019(5)	29102	1568	30670

2) Proyección demanda objetivo

En este proyecto se trabajara estimando captar el 40% de la demanda insatisfecha

Cuadro N°36. Proyección de la demanda objetivo para los próximos 5 años

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA OBJETIVO			
AÑOS	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
2014(0)	10967	591	11558
2015(1)	11098	598	11696
2016(2)	11232	605	11837
2017(3)	11366	612	11978
2018(4)	11502	620	12122
2019(5)	11641	627	12268

d. Proyección de los servicios de preferencia demandados para el lodge temático andino para los próximos 5 años

Se tomó los datos registrados por las encuestas en la pregunta N° 9, los mismos que fueron proyectados considerando la preferencia de los servicios por los potenciales turistas, tanto nacionales como internacionales.

1) Proyección de los servicios de preferencia demandados por los turistas nacionales

Cuadro N°37. Preferencia de los servicios en el lodge temático andino por los turistas nacionales

SERVICIOS EN EL LODGE TEMÁTICO ANDINO DE PREFERENCIA EN LOS TURISTAS NACIONALES										
AÑOS	Demanda objetivo	Demanda objetivo nacional 82,3%	Hospedaje 5 %	Visita a huertos orgánicos 12%	Gastronomía andina 25%	SPA´s andino 17%	Ceremonias andinas 18%	Venta de artesanías 7%	Talleres artesanales 4%	Talleres en agricultura orgánica 12%
2014(0)	11558	9512	476	1141	2378	1617	1712	666	380	1141
2015(1)	11696	9626	481	1155	2406	1636	1733	674	193	1155
2016(2)	11837	9742	487	1169	2435	1656	1754	682	195	1169
2017(3)	11978	9858	493	1183	2464	1676	1774	690	197	1183
2018(4)	12122	9976	499	1197	2494	1696	1796	698	200	1197
2019(5)	12268	10097	505	1212	2524	1716	1817	707	202	1212

Este porcentaje se calculó teniendo como demanda potencial el valor de 43271(100%), de la cual la demanda potencial nacional es de 35611 (82,3%) y la demanda potencial internacional es de 7660 (17,7%).

2) Proyección de los servicios de preferencia demandados por los turistas internacionales

Cuadro N°38. Preferencia de los servicios en el lodge temático andino por los turistas internacionales

SERVICIOS EN EL LODGE TEMÁTICO ANDINO DE PREFERENCIA EN LOS TURISTAS INTERNACIONALES										
AÑOS	Demanda objetivo	Demanda objetivo nacional 17,7%	Hospedaje 22%	Visita a huertos orgánicos 9%	Gastronomía andina 13%	SPA's andino 19%	Ceremonias andinas 10%	Venta de artesanías 16%	Talleres artesanales 9%	Talleres en agricultura orgánica 2%
2014(0)	11558	2046	450	184	266	389	205	327	184	41
2015(1)	11696	2070	455	186	269	393	207	331	186	41
2016(2)	11837	2095	461	189	272	398	210	335	189	42
2017(3)	11978	2120	466	191	276	403	212	339	191	42
2018(4)	12122	2146	472	193	279	408	215	343	193	43
2019(5)	12268	2171	478	195	282	413	217	347	195	43

Este porcentaje se calculo teniendo como demanda potencial el valor de 43271(100%), de la cual la demanda potencial nacional es de 35611 (82,3%) y la demanda potencial internacional es de 7660 (17,7%).

C. ESTUDIO TÉCNICO

1. Análisis situacional de los elementos del sistema turístico para la implementación del lodge

a. Análisis situacional

1). Aplicación de la matriz FODA

Cuadro N°39. Matriz FODA del territorio

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de atractivos turísticos naturales y culturales. • Ubicación céntrica en la región interandina ecuatoriana. • Presencia en su territorio con una cultura viva del pueblo Puruwá. • La parroquia San Juan está cercana a la ciudad de Riobamba. • El Parroquia cuenta con servicios básicos. • Posee atractivos turísticos como el nevado Chimborazo que es de jerarquía IV. • Existe comunicación móvil y 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Juan. • Colaboración de las instituciones públicas y privadas para impulsar actividades turísticas en la parroquia. • Se realizan estudios constantes del Patrimonio Inmaterial por los estudiantes de 	<ul style="list-style-type: none"> • Pocos conocimientos de la población sobre temas relacionados a los ámbitos del patrimonio inmaterial. • Pérdida de la identidad cultural. • Falta de transmisión de conocimientos y saberes ancestrales. • Desvalorización de las costumbres y tradiciones del lugar. • Falta de estudios etnohistóricos y etnográficos que permitan revitalizar 	<ul style="list-style-type: none"> • Aculturación • Migración de la población local hacia las grandes ciudades. • La expansión de la frontera agrícola y ganadera. • La utilización de técnicas agrícolas no sostenibles. • Población adulta con poca memoria colectiva sobre el lugar.

<p>servicio de internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un sector con un alto rango de productividad ganadera • En la parroquia existen centros turísticos comunitarios. • Existen algunas ONGS que ayudan en el desarrollo social de la parroquia. • Existe organización en cada una de las comunidades. • Comercialización del Chimborazo por tour operadoras de Riobamba y Quito • La junta parroquial de San Juan con competencia descentralizada en el ámbito turístico. • Las vías de primer orden y de segundo orden están pavimentadas y debidamente señalizadas. • Tiene una conexión importante con la ciudad de Riobamba y la de Guaranda. • Las distancias a los atractivos principales del lugar son cercanos. • Facilidad de acceso hasta las 	<p>la ESPOCH y UNACH.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La parroquia cuenta con su propio presupuesto para la ejecución de proyectos de desarrollo local. • El Patrimonio Cultural ahora es competencia de los gobiernos autónomos descentralizados. • Vías interprovinciales en buen estado. • Operadores turísticos de la ciudad de Riobamba generan visitas a la RPFCH. • Poca competencia para la prestación de servicios de Hospedaje y Alimentación en la zona de estudio • Su ubicación es cercana en relación a los atractivos de visita (Templo Machay, 	<p>culturalmente la parroquia San Juan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de la memoria social • No existe un departamento de información turística en la parroquia San Juan • No existe promoción y publicidad turística establecida por los prestadores de servicios. • Desconocimiento del potencial turístico de la parroquia San Juan. • Contaminación ambiental en los atractivos turísticos. • Falta de protección a los atractivos culturales. • Enfermedades típicas como: infección respiratoria aguda (IRA), enfermedad diarreica aguda (EDA). • Bajo nivel de cobertura de los servicios básicos en las zonas rurales. • La parroquia no cuenta con un servicio de recolección de basura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de políticas gubernamentales para la concienciación con el ambiente • No existen instituciones que capaciten a los prestadores de servicios turísticos. • Quema de los páramos. • Manipulación partidista con intereses meramente personales distintos a las necesidades de la población. • Zona lluviosa por lo que existe frecuentes derrumbes y deslaves en la época de invierno. • Clima muy frío por lo existen altos grados de enfermedades de gripe. • Falta de política parroquial para facilidades en los destinos turísticos de
---	---	---	---

<p>comunidades de la parroquia San Juan.</p>	<p>Nevado, Chimborazo, mirador Shobol Urcu).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microcrédito para empresarios turísticos por parte del Gobierno Central. • Potencial inversión en el sector turístico por parte de las personas migrantes. • Oferta académica por parte de la ESPOCH, UNACH y UNIDEC en carreras relacionadas al turismo en la ciudad de Riobamba. • Existen buses interprovinciales que pasan por la parroquia San Juan con destino a Guaranda y Babahoyo. • El factor vial es una política de estado. • Presencia en la ciudad de Riobamba de los Ministerios de Cultura, Turismo e INPC; 	<ul style="list-style-type: none"> • En la parroquia San Juan los establecimientos de alimentación no diversifican su oferta. • Falta de establecimientos de agencias de viajes, de recreación y de transporte turístico en la parroquia San Juan. • Los establecimientos no se manejan criterios ambientales. • Falta de personal capacitado para brindar un servicio optimo ala visitante. • Para llegar al nevado Chimborazo de jerarquía IV no existen servicios de transporte interparroquiales. • No hay una adecuada señalización turística en los atractivos del nevado Chimborazo. • Dificultad de acceso a atractivos, debido a los senderos que están en malas condiciones. • No hay centros interpretativos 	<p>la parroquia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desinterés del área por falta de gestión municipal. • Bajo nivel de los recursos económicos para el presupuesto anual de los GADS, para la ejecución de planes de conservación y desarrollo.
--	---	---	--

	<p>además del Ministerio Coordinador de Patrimonio en la ciudad de Quito.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia mundial al ecoturismo (turismo de naturaleza). • Comercialización del producto turístico “Chimborazo”. • Demanda actual y potencial de turistas Nacionales y extranjeros en la RPFCH. • Constitución con derechos a la naturaleza y el derecho al buen vivir, a la recreación y el esparcimiento de las personas. • El Ministerio de Turismo presenta el PLANDETOUR 2020 y el plan de Marketing 2014 • Creación de la Regional 3 del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. 	<p>del lugar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carencia de operadoras en Riobamba que promocionen paquetes turísticos alternativos. • Débil coordinación en el desarrollo de la provincia por parte de la Mesa de Turismo de Chimborazo. • Incumplimiento del plan de Desarrollo Local en la ejecución de proyectos, a nivel cantonal y parroquial. 	
--	--	--	--

2) Identificación y priorización de nudos críticos.

Para la identificación y priorización de nudos críticos se toma un rango de valoración en este caso: 3 = alto; 2 = medio; 1 = bajo.

Cuadro N°40. Matriz de identificación y priorización de nudos críticos.

NUDOS CRÍTICOS	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
	DURACIÓN	IMPACTO	DIFICULTAD	TOTAL
Pocos conocimientos de la población sobre temas relacionados a los ámbitos del patrimonio inmaterial.	3	2	2	7
Pérdida de la identidad cultural.	3	2	2	7
Falta de transmisión de conocimientos y saberes ancestrales.	3	2	2	7
Desvalorización de las costumbres y tradiciones del lugar.	3	2	2	7
Falta de estudios etnohistóricos y etnográficos que permitan revitalizar culturalmente la parroquia San Juan	3	3	2	8
Pérdida de la memoria social	3	2	2	7
No existe un departamento de información turística en la parroquia San Juan	3	2	3	8

No existe promoción y publicidad turística establecida por los prestadores de servicios.	3	2	2	7
Desconocimiento del potencial turístico de la parroquia San Juan.	3	3	2	8
Contaminación ambiental en los atractivos turísticos.	3	2	2	7
Falta de protección a los atractivos culturales.	2	2	2	6
Enfermedades típicas como: infección respiratoria aguda (IRA), enfermedad diarreica aguda (EDA).	3	2	2	7
Bajo nivel de cobertura de los servicios básicos en las zonas rurales.	3	3	2	8
La parroquia no cuenta con un servicio de recolección de basura.	2	2	2	6
En la parroquia San Juan los establecimientos de alimentación no diversifican su oferta.	3	2	2	7
Falta de establecimientos de agencias de viajes, de recreación y de transporte turístico en la parroquia San Juan.	3	2	2	7
Los establecimientos no se manejan criterios ambientales.	3	2	2	7
Falta de personal capacitado para brindar un servicio optimo ala visitante.	3	2	2	7

Para llegar al nevado Chimborazo de jerarquía IV no existen servicios de transporte interparroquiales.	3	2	2	7
No hay una adecuada señalización turística en los atractivos del nevado Chimborazo.	2	2	2	6
Dificultad de acceso a atractivos, debido a los senderos que están en malas condiciones.	3	2	2	7
No hay centros interpretativos del lugar.	3	2	2	7
Carencia de operadoras en Riobamba que promocionen paquetes turísticos alternativos.	3	2	2	7
Débil coordinación en el desarrollo de la provincia por parte de la Mesa de Turismo de Chimborazo.	2	2	2	6
Incumplimiento del plan de Desarrollo Local en la ejecución de proyectos, a nivel cantonal y parroquial.	3	2	2	7
Aculturación	3	2	2	7
Migración de la población local hacia las grandes ciudades.	2	2	2	6
La expansión de la frontera agrícola y ganadera.	3	2	2	7
La utilización de técnicas agrícolas no sostenibles.	2	2	2	6

Población adulta con poca memoria colectiva sobre el lugar.	3	2	2	7
Falta de políticas gubernamentales para la concienciación con el ambiente	3	2	2	7
No existen instituciones que capaciten a los prestadores de servicios turísticos.	3	2	2	7
Quema de los páramos.	2	2	2	6
Manipulación partidista con intereses meramente personales distintos a las necesidades de la población.	3	2	2	7
Zona lluviosa por lo que existe frecuentes derrumbes y deslaves en la época de invierno.	2	2	2	6
Clima muy frío por lo existen altos grados de enfermedades de gripe.	3	2	2	7
Falta de política parroquial para facilidades en los destinos turísticos de la parroquia.	3	2	2	7
Desinterés del área por falta de gestión municipal.	2	2	2	6
Bajo nivel de los recursos económicos para el presupuesto anual de los GADS, para la ejecución de planes de conservación y desarrollo.	3	2	2	7

Una vez analizado la matriz para la valoración de debilidades y amenazas bajo los siguientes criterios de, duración, impacto, y dificultad se llegó a definir como nudos críticos los siguientes aspectos que se los mencionan a continuación.

- Falta de estudios etnohistóricos y etnográficos que permitan revitalizar culturalmente la parroquia San Juan.
- No existe un departamento de información turística en la parroquia San Juan
- Desconocimiento del potencial turístico de la parroquia San Juan.
- Bajo nivel de cobertura de los servicios básicos en las zonas rurales.

3) Identificación de factores claves de éxito

Cuadro N°41. Matriz de identificación de factores claves de éxito.

FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PRIORIZACIÓN DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
	CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	COMPETITIVAD	TOTAL
Presencia de atractivos turísticos naturales y culturales.	3	2	1	6
Ubicación céntrica en la región interandina ecuatoriana.	3	2	2	7
Presencia en su territorio con una cultura viva del pueblo Puruwá	3	3	3	9
La parroquia San Juan está cercana a la ciudad de Riobamba.	2	2	2	6
El Parroquia cuenta con servicios básicos.	2	3	1	6
Posee atractivos turísticos como el nevado Chimborazo que es de jerarquía IV.	3	3	3	9
Existe comunicación móvil y servicio de internet	3	2	2	7
Es un sector con un alto rango de productividad ganadera	3	2	2	7
En la parroquia existen centros turísticos comunitarios.	2	2	2	6

Existen algunas ONGS que ayudan en el desarrollo social de la parroquia.	3	2	2	7
Existe organización en cada una de las comunidades.	3	2	2	7
Comercialización del Chimborazo por tour operadoras de Riobamba y Quito	3	2	2	7
La junta parroquial de San Juan con competencia descentralizada en el ámbito turístico.	2	2	2	6
Las vías de primer orden y de segundo orden están pavimentadas y debidamente señalizadas.	3	2	2	7
Tiene una conexión importante con la ciudad de Riobamba y la de Guaranda.	3	3	2	8
Las distancias a los atractivos principales del lugar son cercanas.	2	2	2	6
Facilidad de acceso hasta las comunidades de la parroquia San Juan.	3	2	2	7
Apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Juan.	3	2	2	7
Colaboración de las instituciones públicas y privadas para impulsar actividades turísticas en la parroquia.	2	2	2	6
Se realizan estudios constantes del Patrimonio Inmaterial por los estudiantes de la ESPOCH y	3	2	2	7

UNACH.				
La parroquia cuenta con su propio presupuesto para la ejecución de proyectos de desarrollo local.	2	2	2	6
El Patrimonio Cultural ahora es competencia de los gobiernos autónomos descentralizados.	3	2	2	7
Vías interprovinciales en buen estado.	2	2	2	6
Operadores turísticos de la ciudad de Riobamba generan visitas a la RPFCH.	3	2	2	7
Poca competencia para la prestación de servicios de Hospedaje y Alimentación en la zona de estudio	3	3	2	8
Su ubicación es cercana en relación a los atractivos de visita (Templo Machay, Nevado, Chimborazo, mirador Shobol Urcu).	3	2	2	7
Microcrédito para empresarios turísticos por parte del Gobierno Central.	3	3	2	8
Potencial inversión en el sector turístico por parte de las personas migrantes.	3	2	2	7
Oferta académica por parte de la ESPOCH, UNACH y UNIDEC en carreras relacionadas al turismo en la ciudad de Riobamba.	2	2	2	6
Existen buses interprovinciales que pasan por la	3	2	2	7

parroquia San Juan con destino a Guaranda y Babahoyo.				
El factor vial es una política de estado.	3	2	2	7
Presencia en la ciudad de Riobamba de los Ministerios de Cultura, Turismo e INPC; además del Ministerio Coordinador de Patrimonio en la ciudad de Quito.	2	2	2	6
Tendencia mundial al ecoturismo (turismo de naturaleza).	3	2	2	7
Comercialización del producto turístico “Chimborazo”.	3	3	2	8
Demanda actual y potencial de turistas Nacionales y extranjeros en la RPFCH.	2	2	2	6
Constitución con derechos a la naturaleza y el derecho al buen vivir, a la recreación y el esparcimiento de las personas.	2	2	2	6
El Ministerio de Turismo presenta el PLANDETOUR 2020 y el plan de Marketing 2014	3	3	2	8
Creación de la regional 3 del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.	3	2	2	7

Una vez analizado la matriz para la valoración de fortalezas y oportunidades bajo los siguientes criterios de, calidad, productividad, y competitividad se llegó a definir como factores claves de éxito los siguientes aspectos que se los mencionan a continuación.

- Presencia en su territorio con una cultura viva del pueblo Puruwá
- Posee atractivos turísticos como el nevado Chimborazo que es de jerarquía IV.
- Tiene una conexión importante con la ciudad de Riobamba y la de Guaranda.
- Poca competencia para la prestación de servicios de Hospedaje y Alimentación en la zona de estudio
- Microcrédito para empresarios turísticos por parte del Gobierno Central.
- Comercialización del producto turístico “Chimborazo”.
- El Ministerio de Turismo presenta el PLANDETOUT 2020 y el plan de Marketing 2014.

4) Estrategias

a) Definición de estrategias de cambio

Para definir las estrategias primero se identifico los nudos críticos más importantes que afectan al desarrollo del turismo en el área de estudio para de esta forma definir estrategias de cambio:

Tabla N°08. Determinación de estrategias de cambio y actores

Nudos críticos	Estrategias de cambio	Actor(es) que debe(n) proponer soluciones
Falta de estudios etnohistóricos y etnográficos que permitan revitalizar culturalmente la parroquia San Juan	Incentivar a la investigación etnohistórica, etnográfica en la parroquia San Juan	GADS de la parroquia San Juan Ministerio de Turismo INPC

		Universidades ESPOCH y UNACH
No existe un departamento de información turística en la parroquia San Juan	Impulsar la creación de un centro de información turística para la parroquia San Juan	GADS de la parroquia San Juan Municipio del Cantón Riobamba
Desconocimiento del potencial turístico de la parroquia San Juan.	Promocionar sobre el potencial turístico existente en la parroquia San Juan	GADS de la parroquia San Juan Ministerio de Turismo
Bajo nivel de cobertura de los servicios básicos en las zonas rurales.	Exigir con las comunidades locales que la junta parroquial planifique, diseñe e implemente la cobertura de servicios básicos a todas las comunidades de la parroquia San Juan	GADS de la parroquia San Juan

b) Definición de estrategias de consolidación y competitivas

Para definir las estrategias primero se identifico los factores claves de éxito más importantes que afectan al desarrollo del turismo en el área de estudio para de esta forma definir estrategias de consolidación y competitivas según corresponda:

Tabla N°09. Determinación de estrategias de consolidación, competitivas y actores

Factores claves de éxito	Estrategias de consolidación / competitivas	Actor(es) que debe(n) proponer soluciones
Presencia en su territorio con una cultura viva del pueblo Puruwá	Involucrar a las manifestaciones y bienes culturales como productos Turísticos al ser ofertados en el lodge.	GADS de la parroquia San Juan Ministerio de Turismo INPC Universidades ESPOCH y UNACH
Posee atractivos turísticos como el nevado Chimborazo que es de jerarquía IV	Insertar el servicio del lodge en los paquetes del mercado del turista nacional e	Ministerio de Turismo Operadoras de Turismo

	internacional.	GADS de la parroquia San Juan
Tiene una conexión importante con la ciudad de Riobamba y la de Guaranda.	Aprovechar la excelente conexión que brindan las obras viales para el desarrollo turístico de la parroquia San Juan	GADS de la parroquia San Juan Empresas privadas de Turismo Ministerio de Transporte y obras públicas
Poca competencia para la prestación de servicios de Hospedaje y Alimentación en la zona de estudio	Implementar establecimientos de categoría de lujo y primera donde brinde a los turistas servicios de Hospedaje y Alimentación	Empresas privadas
Microcrédito para empresarios turísticos por parte del Gobierno Central	Aprovechar los programas de microcréditos para turismo que brinda el Gobierno para emprendimientos turísticos para tomar decisiones de inversión mediante la presentación de este proyecto.	Ministerio de Turismo Banco Nacional de Fomento Empresa privada
Comercialización del producto turístico “Chimborazo”	Realizar convenios con la operadoras de Riobamba y Quito que venden este tipo de productos para asociar otros complementarios al nevado Chimborazo	Empresas privadas Prestadores de servicios Turísticos
El Ministerio de Turismo presenta el PLANDETOUR 2020 y el plan de Marketing 2014	Involucrarse en las actividades que lleva consigo el Ministerio de Turismo en el área de estudio	Ministerio de Turismo Empresa privada turísticas Comunidades locales

2. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

a. Localización del lodge temático andino

1) Macro localización

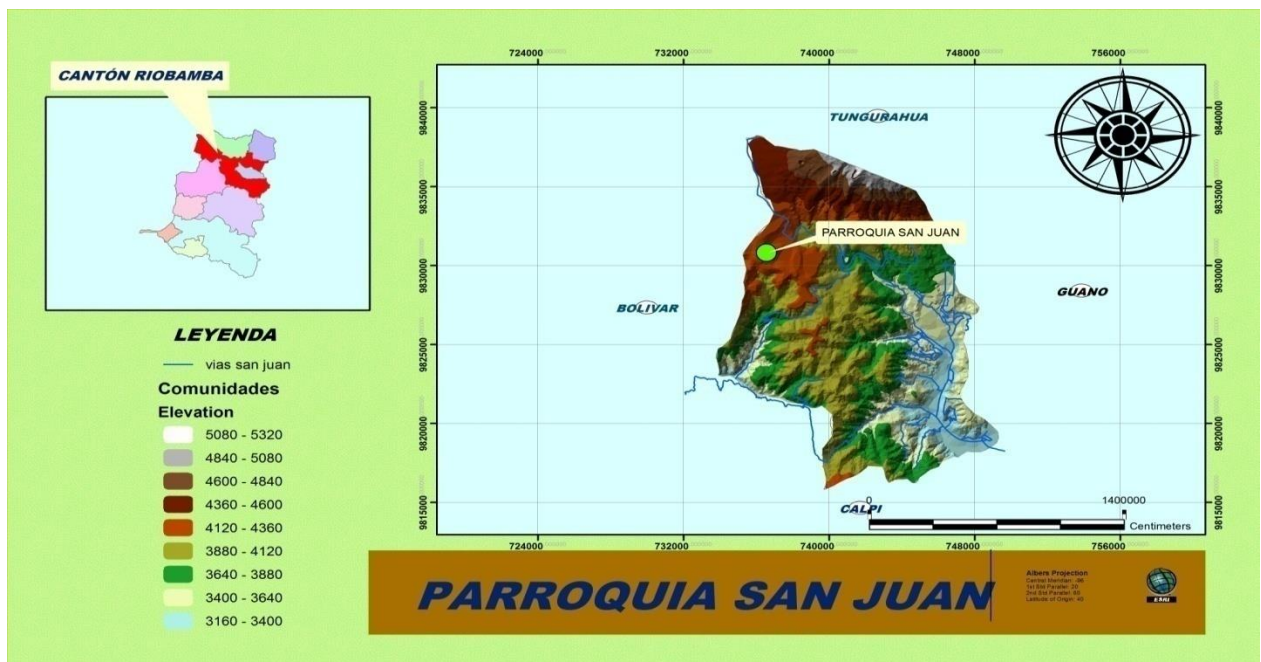
La implementación de un lodge temático andino se realizara en: país: Ecuador; provincia de Chimborazo; cantón Riobamba; y parroquia: San Juan.

2) Micro localización

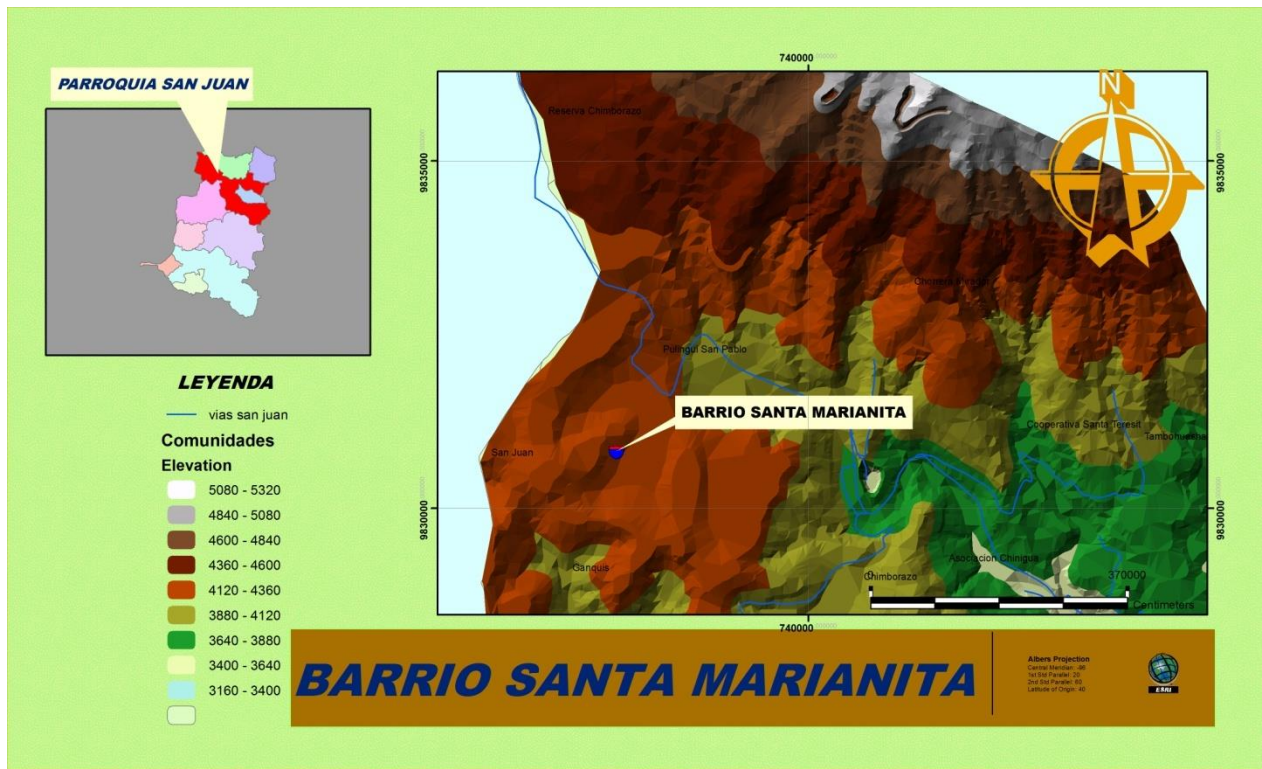
El lodge temático andino estará ubicado en el Barrio Santa Marianita, en las coordenadas (UTM) 746629 de longitud Este, (UTM 17) 9819601 de latitud Norte y 3200m.s.n.m de altitud y se ubica en las faldas del nevado Chimborazo.

A continuación de detalla en el mapa N° 1 y 2 la ubicación del terreno donde se pretende la implementación del lodge temático andino.

Mapa N°1. Macro localización del lodge temático andino



Mapa N°2. Micro localización del lodge temático andino



c. Tamaño del proyecto

1) Número de clientes proyectado

Para el tamaño de la empresa se enfocó en la demanda objetivo, la cual se calculó con el 60% de la demanda insatisfecha; ya que esa es la expectativa del proyecto turístico para iniciar con su funcionamiento. A la cual se proyectó para los 5 años posteriores a la operación de la empresa; obteniendo proyecciones anuales, mensuales, semanales y diarias.

Cuadro N°42. Número de clientes proyectados para el lodge

PROYECCIÓN DE LOS CLIENTES				
AÑOS	DIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
2014(0)	8	60	244	2890
2015(1)	8	61	244	2924
2016(2)	8	62	247	2959
2017(3)	8	62	250	2995
2018(4)	8	63	253	3031
2019(5)	9	64	256	3067

2) Terreno

Para la implementación del lodge temático andino se tiene una superficie de 8600 m² de terreno en donde se pretende su construcción

c. Tipología de la construcción

Para la infraestructura se planteó una construcción sismo resistente, de tipo mixta, que poseerá absoluta concordancia con las características climáticas, para mantener los adecuados niveles de confort, protección de los turistas y garantizar la durabilidad de los materiales empleados en la construcción.

Para su determinación se consideraron los siguientes aspectos:

1) Condiciones ambientales

- a) **Temperatura:** Oscila entre 6°C y 12°C.
- b) **Altitud:** En la parroquia San Juan la temperatura promedio es de 3200 m. s. n. m.
- c) **Precipitación:** 500 a 2.000 mm.
- d) **Humedad relativa:** 65% - 75%.

2) Tipo de materiales

Los materiales a utilizar para este proyecto serán los más adecuados para tratar de mitigar al mínimo los impactos causados por la construcción. Estos son:

- a) Madera y sus derivados.
- b) Piedra, grava, arcilla (bloques de adobe), arena.
- c) Materiales que tienen algún proceso técnico:
 - i. Cemento para los morteros.
 - ii. Hormigón (mezcla de cemento, arena, grava, agua).
 - iii. Ladrillo (bloques de adobe o arcilla que se calienta a elevadas temperaturas, 900°C o más).
 - iv. Vidrio (mezcla de arena de sílice, carbonato de sodio y caliza por fusión a 1500°C).
 - v. Azulejo o cerámica (la arcilla se calienta a elevadas temperaturas, 900°C o más).
 - vi. Cobre, esencialmente en instalaciones de electricidad y fontanería.
 - vii. Sintéticos, se usan como: aglomerantes, sellantés, impermeabilizadores, aislantes, o también en forma de pinturas, esmaltes, barnices. Entre ellos los más utilizados son:
 - i) PVS o policloruró de vinilo, con el que fabrican carpinterías y redes de saneamiento.
 - ii) Acrílicos, derivados del propileno como el Metacrilato, que es un plástico en forma transparente para sustituir al vidrio.

d. Diseño técnico arquitectónico

1) Requerimientos mínimos

El Ministerio de Turismo ha determinado las “Normas Técnicas de las Actividades Turísticas de Alojamiento, Servicio de Alimentos y bebidas y Agencias de Viajes en el Ecuador”, con la cual se define los requisitos técnicos para la clasificación y categorización de establecimientos turísticos.

A continuación se detalla los estándares mínimos para el diseño de un lodge de lujo:

Tabla N°10. Requerimientos mínimos de un lodge de lujo

Ítem	LODGE LUJO
	REQUERIMIENTOS MÍNIMOS
1	Agua caliente las 24 horas
2	Área total, incluido baño, al menos: Sencilla: 20 m ² Doble: 25 m ² Junior Suite: 34 m ² Suite: 39 m ² Nota. Para establecimientos existentes aplica 20% menos sobre estas áreas. Al igual que deberá cumplir con este requisito al menos en el 90% del número total de habitaciones.
3	Áreas comunales de descanso y/o de entretenimiento, con las respectivas facilidades
4	Áreas independientes para servicios de abastecimiento.
5	Baño privado en todas las habitaciones
6	Barra de seguridad en tina y/ o ducha y piso anti deslizante
7	Basureros
8	Caja de seguridad en habitaciones
9	Cama(s) de una plaza y media o matrimonial, según corresponda
10	Closet
11	Cobija y almohada adicional
12	Colchón, protector de colchón, sábanas, cobijas, cubrecama, y almohadas por cada cama
13	Contar con las facilidades (equipos, implementados para la práctica de las actividades relacionadas con el entorno natural del lodge, tales como observaciones de flora y fauna paseos en bicicletas y otros similares).
14	Cortinas y/o visillo y/o blackout
15	Escritorio y/o mesa
16	Espejo medio cuerpo sobre lavamanos
17	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso
18	Iluminación en el área del baño
19	Iluminación independiente sobre el lavamanos
20	Inodoro con asiento y tapa
21	Jabón en lavamanos y ducha y/o tina , papel higiénico y repuesto, un vaso por huésped, champú
22	Lava manos con mueble tina y/o ducha
23	Luz de velador o cabecera por huésped (para lectura)
24	Oferta de actividades relacionadas con el entorno natural y cultural en el que se emplaza el lodge.
25	Plan y sistema de seguridad y atención de emergencias sujetas a las normas especializadas, debidamente certificada y/o verificada

26	Portamaletas
27	Servicio a las habitaciones por 12 horas, con atención en español e inglés
28	Servicio de atención las 24 horas, español e inglés.
29	Servicio de bar
30	Servicio de cafetería y restaurant, con atención en español e inglés
31	Servicio de conexión a internet
32	Servicio de custodia de equipaje, con atención permanente
33	Servicio de estacionamiento propio. Cuando el medio de acceso al establecimiento no sea a través de vehículos propios de los clientes se exime de este requisito
34	Servicio de lavandería
35	Servicio médico
36	Servicio higiénicos generales, diferenciados por sexo
37	Silla por huésped
38	Sistema de acondicionamiento térmico en áreas de uso común y, en cada habitación, con manejo independiente: Sistema de enfriamiento cuando la temperatura inferior sea mayor a 23°C Sistema de calefacción cuando la temperatura sea menor a 18°C
39	Sistema de comunicación para atención de emergencias
40	Sistema de señalización relativa a los servicios y áreas del centro de turismo de naturaleza o lodge.
41	Suministro general de energía eléctrica
42	Toallero y/o gancho/ repisa junto la ducha y/o tina y lavamanos
43	Tomacorriente con indicaciones de voltaje
44	Un juego de toallas (baño y manos) por huésped y una toalla de piso para salida de tina o ducha.
45	Un velador o mesas de noche
46	Unidad habitacional con facilidades para el uso de personas con discapacidad en silla de ruedas.

2) Requerimiento de instalaciones

Tabla N°11. Requerimientos de instalaciones

DEFINICIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO					
SISTEMA	SUBSISTEMA	ELEMENTO	SUB- ELEMENTO	ÁREA (m²)	ÁREA TOTAL (m²)
LODGE TEMÁTICO ANDINO	ADMINISTRATIVO – COMERCIAL	Recepción	Sala de espera	66,75 m²	95,95m²
			Baños	24,20 m²	
			Área de recepción / información	5,00 m²	
		Parqueadero	Área de parqueo	87,60 m²	87,60 m²
	PRODUCTIVO	Comedor	Área de comedor- mesas	121,03 m²	121,03 m²
		Cocina	Área de cocina	15,98 m²	15,98 m²
		Habitaciones simples	Área de dormitorio	5,28 m²	78,52 m²
				21,12 m²	
			Sala	11,49 m²	
				45,96 m²	
			Baños	2,86 m²	
				11,44 m²	
		Habitaciones dobles	Área de dormitorio	15,34 m²	146,55 m²
				92,04 m²	
			Sala	6,23 m²	
				37,38 m²	
			Baños	2,86m²	

				17,13 m ²	
		Recreación	Cancha mini futbol	364,00 m ²	1677m ²
			Área de Museo y Venta de artesanías	96,01 m ²	
			Huertos orgánicos	919,51 m ²	
			Juegos infantiles	259,08 m ²	
			Glorieta	20,40 m ²	
			Baños	18,00 m ²	
		Centro ceremonial	Centro ceremonial	119,71 m ²	134,28 m ²
			Vestidores	7,57 m ²	
			Cascada Natural	7,00 m ²	
		Lavandería	Lavandería	13,32 m ²	13,32 m ²
		Bodega	Bodega	4,50 m ²	4,50 m ²
				TOTAL	2374,73m²

3) Diseño arquitectónico

La fase del diseño arquitectónico lo construyen los diferentes planos, en los cuales se indica la distribución del lodge temático andino con todos sus componentes; elaborado con ayuda del programa Auto Cad 2012 y con previo asesoramiento profesional la cual dio como resultado los planos Arquitectónicos (**Anexo N°9**)

A continuación se detalla las siguientes láminas:

- a) Lámina 1: Planta arquitectónica
- b) Lámina 2: Detalles de fachadas
- c) Lámina 3: Detalles
- d) Lámina 4: Planta de instalaciones eléctricas, hidrosanitarias

Lámina 2: Detalles de fachadas



Lámina N° 3: Detalles

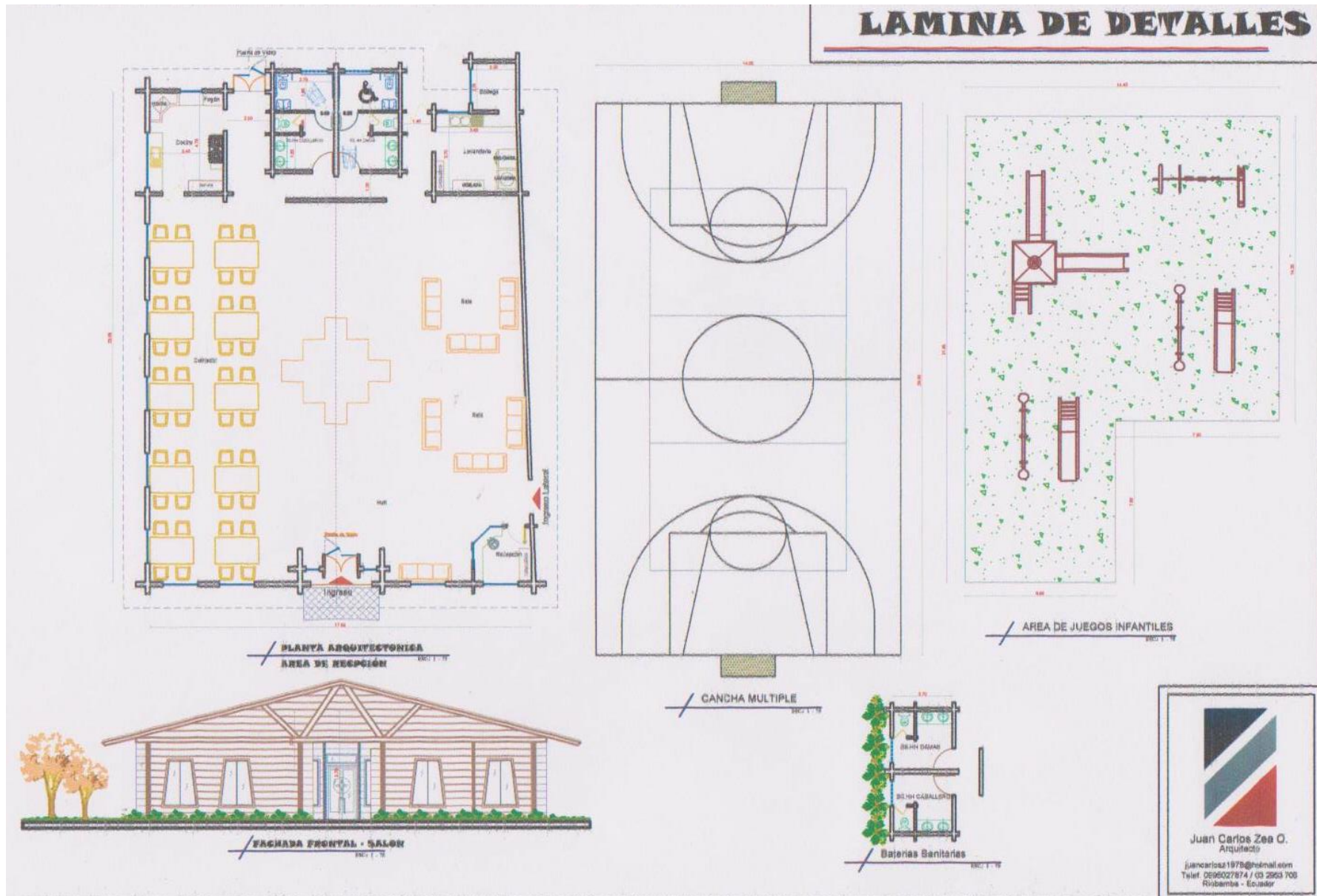
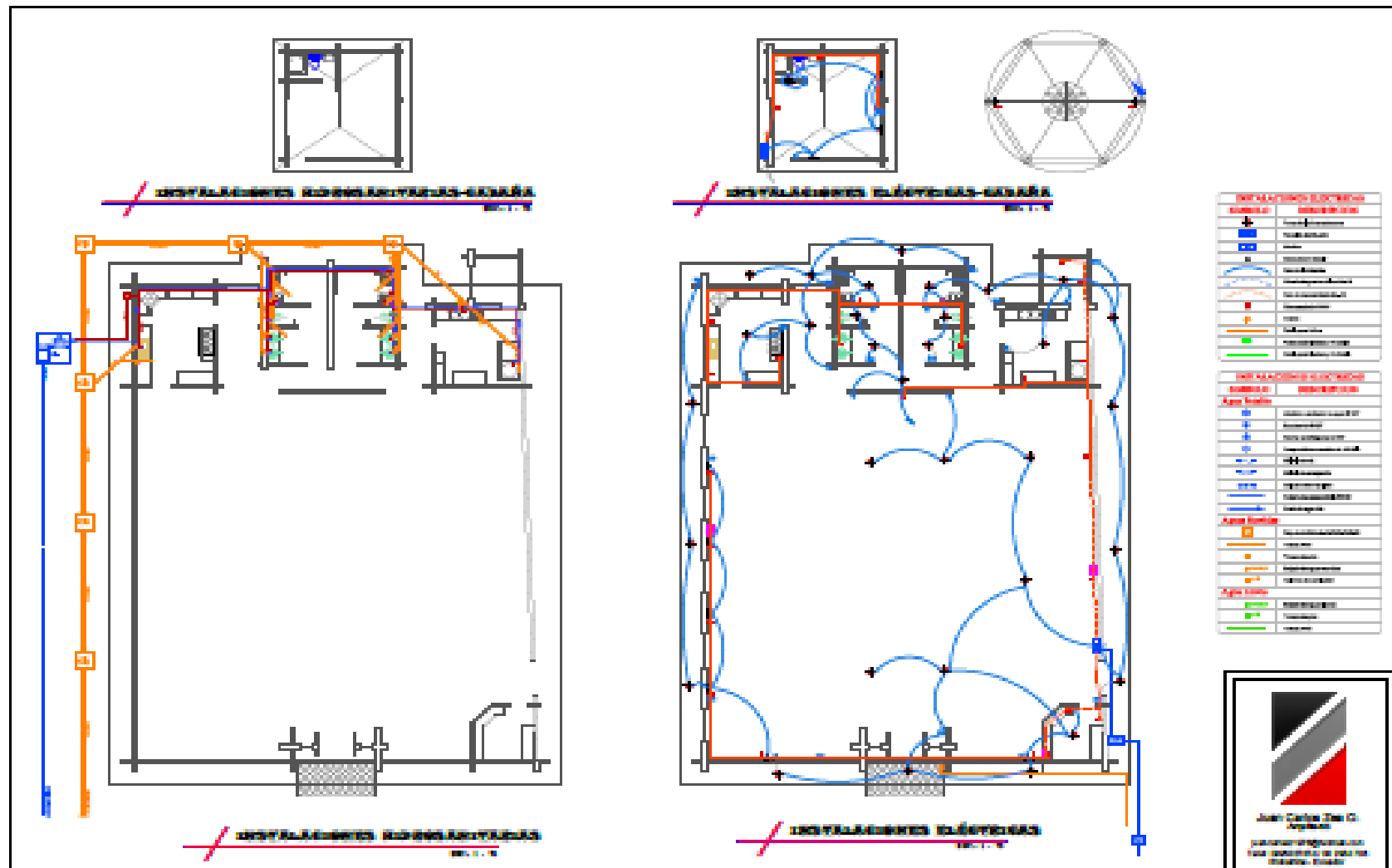


Lámina N°4: Planta de instalaciones eléctricas, hidrosanitarias



4) Distribución y características de la construcción

Se puede observar en los planos la forma de una Chacana que posee toda la infraestructura, la misma que un símbolo milenario de la cosmovisión andina. También guarda cierta relación con la dirección geográfica Este (salida del sol) y en especial con los días de equinoccios (21 de marzo y 21 de septiembre) y con los días de solsticios (21-23 de junio y 21-23 de diciembre).

En si la fachada se relaciona con la técnica andina en piedra, cuartos cuadrangulares, la simetría, figuras elípticas, las puertas y ventanas de forma trapezoidal, ejes de ángulo de 45°.

El espacio de construcción es de 2374,73 m² en total; y su distribución es la siguiente:

- a) Área de recepción.- En esta área se distribuyó con una sala de espera, la recepción y una oficina de información turística; abarca 95,95m².
- b) Área de restaurant.- esta área posee la cocina estilo americana, el área de comedor con 20 mesas y un baño social. Su dimensión es de 137,01m².
- c) Área de hospedaje.- 10 habitaciones 4 simples y 6 dobles con 10 baños; cada habitación tiene su baño propio. La dimensión es de 20m² las habitaciones simples y de 25m² las habitaciones dobles; abarca 225,07 m².
- d) Área de recreación.- Esta área posee una cancha para mini futbol 364m² que se puede utilizar para otras actividades y posee baños 18,00m², área de artesanías y área de museo 96,01m², área de juegos infantiles 259,08m², una glorieta 20,40 m², huertos orgánicos 919,51 m². Su dimensión total es de 1677m².
- e) Área de garaje.- se diseñó para el ingreso de vehículos como automóviles, busetas y buses, abarca 87,60m².
- f) Área del centro ceremonial.- Posee un círculo ritual dos temascales de curación y un círculo de danza andina con un área total de 134,28m²
- g) Área de lavandería.- Se diseñó un área de lavandería de 13,32m² y una bodega de 4,50m² total abarca 17,82m².

5) Decoración

La decoración del lodge trata de reunir muchos elementos de la sabiduría andina, con el fin de que el turista pueda conocer, entender y comprender mejor a lo que se lo denomina Cosmovisión Andina.

Se utilizará los siguientes materiales: cortinas, mantelería de textiles, vasijas con cebada y usos de colores utilizados como flores, artesanías locales, cuadros con fotografías propias del lugar; que se colocarán en las paredes posibles y espacios adecuados para interpretar la Cosmovisión Andina con los siguientes elementos: Pachakamak, Pachakutik, Tawantisuyo, Yachak, Amutas, Chakana, Apus, Kuychi, Chimborazo (trenza de hielo), etc.

Las habitaciones tendrán nombres relacionados con la Pachamana, las 4 habitaciones simples tendrán nombres de los cuatro elementos fundamentales que genera toda forma de vida y presencia en este mundo las cuales se los detalla a continuación: El fuego (Nina), elemento de la fuerza, de la luz, de la energía, del calor, el iniciador de la vida que genera la vida; El Viento (Huayra), elemento relacionado, con el soplo vital, que es el templo del cuerpo humano el aliento primario, en las cuatro direcciones y especialmente con el espíritu, con el sami, con la divinidad que inspiramos; El agua (Yaku), se identifica con lo femenino, que apacigua, que es la dulzura, humildad, fructificación de la vida, alimenta el crecimiento de la vida; La tierra (Allpa mama), elemento básico de nuestra existencia, la madre que nos da la vida, que nos nutre o sustenta, que nos acoge y nos da su fuerza, su sabiduría, su vitalidad con todos sus elementos nos alimenta.

Las 6 habitaciones dobles tendrán nombres en referencia a los grandes acontecimientos del año que en kichwa significa (Watapahatunpachakuna) y tendrán los siguientes nombres: Hallmay Pacha (tiempo de deshierbe / aporque), Pallay Pacha (tiempo de cosecha), Rupay Pacha (tiempo de verano), Sisay Pacha (Tiempo de florecimiento/ Primavera), Tamyay Pacha (tiempo de invierno), Tarpuy / Yapuy Pacha (tiempo de siembra / Otoño).

6) Análisis de precios unitarios (APU)

Se realizó el análisis de precios unitarios (APU) de los rubros involucrados en el proceso de la construcción.

Cuadro N°43. Presupuesto para la construcción del lodge temático andino

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
OBRAS PRELIMINARES				
Bodega con tabla de monte pingos y vigas de eucalipto, cubierta de zinc	m ²	12,00	\$ 38,65	\$ 463,08
SUBTOTAL				\$ 463,08
MOVIMIENTO DE TIERRAS				
Limpieza de terreno	m ²	8600,00	\$ 1,15	\$ 9890,00
Replanteo y nivelación	m ²	8600,00	\$ 1,45	\$ 12470,00
Excavación de plintos y cimientos	m ³	9,02	\$ 80,00	\$ 736,00
Desalojo de material	m ³	572,00	\$ 8,75	\$ 5005,00
SUBTOTAL				\$ 28101,00
ESTRUCTURA				
Replantillo de HS de 120 Kg/cm ²	m ³	152,00	\$ 130,05	\$ 19767,60
Plintos en H.S de 180 Kg/cm ² (equipo 1 saco y un vibrador)	m ³	97,30	\$ 157,08	\$ 15283,88
Hormigón en 0,30x0,30 £c=180 Kg/cm ² (equipo 1 saco y un vibrador) encofrado con tablero contrachapado	m ³	420,51	\$ 325,56	\$136901,23
Alfajías para columnas	m ²	122,00	\$12,00	\$1464,00
Varilla de ½ pgl	qq	22,00	\$75,00	\$1650,00
Varilla de 3/8 pgl	qq	8,00	\$55,00	\$440,00
SUBTOTAL				\$175506,71
MAMPOSTERÍA				
Mampostería de ladrillo para cerramiento	U	33000,00	\$ 120,00	\$3960,00
Mampostería de ladrillo para salón de artesanías	U	1663,00	\$120,00	\$199,56
Mampostería de ladrillo para museo	U	1718,00	\$120,00	\$206,16
Mampostería de ladrillo para cabañas simples	U	4975,00	\$120,00	\$597,00

Mampostería de ladrillo para cabañas dobles	U	7728,00	\$120,00	\$927,36
Mampostería de ladrillo del salón	U	8563,00	\$120,00	\$1012,56
Mampostería de ladrillo para baños del área de recreación	U	1522,00	\$120,00	\$186,24
Mesa de cocina y lavandería con hormigón armado. Materiales tabla de monte y pingos	m ²	3,17	\$32,45	\$102,87
Borillos de tinas de baños H =10 con ladrillo	U	115,02	\$120,00	\$13,82
Tinas de baños con cerámica 20X20	m ²	18	\$9,00	\$162,00
Piso de cocina con cerámica 42X42	m ²	15,98	\$9,00	\$143,82
Piso de baños del área de recepción con cerámica de 20X20	m ²	24,20	\$9,00	\$217,80
Piso de baños del área de recreación con cerámica de 20X20	m ²	18,00	\$9,00	\$162,00
Piso de baños de las cabañas X 10	m ²	10,60	\$9,00	\$95,40
Cerámica de 30X30 para paredes de baños de las cabañas	m ²	53,00	\$9,00	\$477,00
Cemento puzolámico	qq	250,00	\$7,10	\$ 1775,00
Arena	m ³	48,00	\$9,37	\$492,76
SUBTOTAL				\$10731,35
ENLUCIDOS				
Masillados de pisos de la cocina y lavandería y baños	m ²	107,14	\$8,50	\$910,69
SUBTOTAL				\$ 910,69
AGUA POTABLE				
Salida de agua fría HG llave de control y accesorios HG.	pto	68,00	\$ 58,80	\$33998,40
Salida de agua caliente HG de control y accesorios HG.	pto	68,00	\$ 58,80	\$33998,40
Salida de medidores HG llave de paso y accesorio	pto	1,00	\$ 56,70	\$56,70
Salida para lavadora. Llave de control y accesorios	pto	1,00	\$ 68,56	\$68,56
Tubería de agua fría PVC ½ pul (incluye accesorios)	m	450,00	\$12,56	\$5652,00
Tuberías de agua fría PVC ¾ pul	m	50,00	\$ 10,20	\$ 510,00

(incluye accesorios)				
Tubería de agua fría PVC ½ pul (incluye accesorios)	M	450,00	\$ 12,56	\$5652,00
Válvula check ½ RW	U	4,00	\$ 24,00	\$ 96,00
Válvula check ¾ RW	U	2,00	\$ 28,00	\$ 56,00
Llaves de paso FV ½ plg	U	4,00	\$ 18,00	\$ 72,00
Llaves de paso FV ¾ plg.	U	6,00	\$ 20,00	\$ 120,00
SUBTOTAL				\$ 80280,06
INSTALACIONES ELÉCTRICAS				
Tubería conduit de ½ plg (incluye accesorios)	M	450,00	\$ 6,20	\$ 2790,00
Acometida del medidor a la caja térmica	U	1,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Instalación de caja térmica de 8 puntos	U	1,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Instalación de cajas térmicas de 2 puntos	U	10,00	\$ 12,00	\$ 120,00
Cable sólido número 10	U	4,00	\$ 78,00	\$ 310,00
Cable sólido número 12	U	6,00	\$ 35,00	\$ 210,00
Cable sólido número 14	U	8,00	\$ 28,00	\$ 224,00
Cable para teléfono número 20	M	50,00	\$ 0,40	\$ 20,00
Timbre incluye tubería PVC de ½ plg y alambre gemelo # 18	Pto	1,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Instalación de lámparas	Pto	72,00	\$ 6,00	\$ 432,00
Instalación de tomacorrientes	Pto	54,00	\$ 6,00	\$ 324,00
Instalación de interruptores conmutables	Pto	8,00	\$ 6,00	\$ 48,00
Instalación a tierra	Pto	2,00	\$ 12,00	\$ 24,00
SUBTOTAL				\$ 4544,00
APARATOS SANITARIOS				
Lavamanos corona en color blanco	u	14,00	\$ 65,00	\$ 910,00
Inodoros corona en color blanco	u	12,00	\$ 75,00	\$ 900,00
Inodoros corona para personas especiales	u	2,00	\$ 80,00	\$ 160,00
Lavamanos corona para personas especiales	u	2,00	\$ 70,00	\$ 140,00
Muebles para lavamanos en MDF	u	2,00	\$ 120,00	\$ 240,00
Grifería en FV	u	14,00	\$ 30,00	\$ 420,00
Accesorios para inodoros	u	16,00	\$ 6,00	\$ 96,00

Accesorios para baños en FV (toalleros cromados, portapapeles, jaboneras)	jgo	10,00	\$ 28,00	\$ 280,00
Portapapeles FV (en porcelana)	u	4,00	\$ 12,00	\$ 48,00
Duchas sencillas cromadas FV incluido llaves de campanola cromo	u	10,00	\$ 51,94	\$ 519,40
SUBTOTAL				\$ 3713,40
CUBIERTAS				
Alfajías para techos	u	520,00	\$ 12,00	\$ 6240,00
Chova para aislamiento	rollo	18,23	\$ 25,00	\$ 455,75
Ferretería (Clavos de 3,1/2 pgl)	libras	25,00	\$ 0,40	\$ 10,00
Ferretería (Pernos ¾ pglmas platinas de 15x20)	u	500,00	\$ 2,60	\$ 1300,00
Teja Eurolit barnizada	m²	455,63	\$ 0,35	\$ 159,47
Mano de obra para cubierta	m²	455,63	\$ 6,00	\$ 2773,78
SUBTOTAL				\$ 10939,00
PISOS				
Piso total del salón de recepción porcelanato (Corona 43x43)	m²	95,95	\$ 25,00	\$ 2398,75
Piso de cocina con cerámica antideslizante de 20x20	m²	15,98	\$ 12,00	\$ 191,76
Piso de baños de área de recreación con cerámica antideslizante de 20x20	m²	18,00	\$ 12,00	\$ 216,00
Piso de lavandería con cerámica antideslizante de 20x20	m²	13,32	\$ 9,00	\$ 119,88
Piso de bodega con cerámica antideslizante de 20x20	m²	4,50	\$ 9,00	\$ 40,50
Piso de baños para las 10 habitaciones con cerámica de 32x32 antideslizante	m²	65,70	\$ 12,00	\$ 788,40
Pisos de madera para dormitorios simples con tabloncillo de chanul	m²	21,12	\$ 15,00	\$ 316,80
Pisos de madera para sala de cabañas simples con tabloncillo de chanul	m²	45,96	\$ 15,00	\$ 689,40
Pisos de madera para dormitorios dobles con tabloncillo de chanul	m²	92,04	\$ 15,00	\$ 1380,60
Pisos de madera para sala de cabañas dobles con tabloncillo de chanul	m²	37,38	\$ 15,00	\$ 560,70
Piso para glorieta	m²	20,40	\$ 12,00	\$ 244,80

Bomdex para emporado de pisos	Libras	1250,00	\$ 7,00	\$ 8750,00
Mano de obra para colocación de cerámica	u	4,00	\$ 240,00	\$ 960,00
SUBTOTAL				\$ 16657,59
CARPINTERIA METAL MADERA				
Puertas en madera contrachapada	u	22,00	\$ 120,00	\$ 2640,00
Puertas doble batiente	u	7,00	\$ 250,00	\$ 1750,00
Tapa marcos en MDF de 9cm	u	122,00	\$ 6,40	\$ 780,80
Barrederas en MDF de 9 mm	u	200,00	\$ 6,40	\$ 1280,00
Puerta en vidrio templado más accesorios	u	2,00	\$ 2500,00	\$ 5000,00
Vidrios claros de 4mm	m ²	320,00	\$ 14,00	\$ 4480,00
Cerraduras para puertas marca Stanley	u	36,00	\$ 15,00	\$ 540,00
Juegos para el aérea de recreación	u	5,00	\$ 700,00	\$ 3500,00
Puerta en hierro fundido	u	1,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Rejas en hierro	u	2,00	\$ 150,00	\$ 300,00
Alacenas para cocina	m lineal	1,600	\$ 60,00	\$ 96,00
Pasamanos para la glorieta	u	6,00	\$ 80,00	\$ 480,00
Casilleros para lavandería en metal	u	1,00	\$ 75,00	\$ 75,00
SUBTOTAL				\$ 21721,08
AGUAS SERVIDAS				
Tubos PVC de 8" pgl	u	12,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Tubos PVC de 6" pgl	u	16,00	\$ 8,00	\$ 128,00
Cajas de revisiones en hormigón ciclópeo 120	m ³	1,50	\$ 17,00	\$ 25,50
Tubería PVC de 75mm	u	12,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Rejillas de interior de piso de 50mm	u	16,00	\$ 7,93	\$ 126,88
SUBTOTAL				\$ 532,28
CONSTRUCCIÓN DE PILETAS				
Piedras cantadas para base de piletas	u	4,00	\$ 650,00	\$ 2600,00
Cantaros de barro	u	12,00	\$ 70,00	\$ 840,00
SUBTOTAL				\$ 3440,00
CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO CEREMONIAL				
Piedra rodada para muro de la cascada y de los vestidores	m ³	24,00	\$ 10,00	\$ 240,00
Material para la construcción del muro de la cascada y vestidores	m ²	5,10	\$ 35,00	\$ 178,50

Cántaro dela cascada	u	1,00	\$ 70,00	\$ 70,00
Puerta de ingreso al centro ceremonial en piedra tallada	u	1,00	\$ 2500,00	\$ 2500,00
Construcción del temazcal (tierra negra)	m³	16,00	\$ 8,12	\$ 129,92
Estructura del temazcal en madera	u	90,00	\$ 0,35	\$ 31,50
Puerta batientes con accesorios	u	4,00	\$ 100,00	\$ 400,00
Círculos del centro ceremonial en H.C 120	m³	9,04	\$ 40,00	\$ 361,60
SUBTOTAL				\$ 3911,52
CONSTRUCCIÓN DE LA CANCHA MÚLTIPLE				
H.C 120	m³	72,80	\$ 25,00	\$ 1820,00
Aros en policarbonato	u	2,00	\$ 45,00	\$ 90,00
Arcos metálicos	u	2,00	\$ 40,00	\$ 80,00
Pintura en esmalte	u	3,00	\$ 18,00	\$ 54,00
SUBTOTAL				\$ 2044,00
OBRAS EXTERIORES				
Laca para exteriores marca Spenclost	u	25,00	\$ 38,00	\$ 950,00
Materiales para la colocación de la laca	m²	455,63	\$ 28,00	\$ 12757,64
SUBTOTAL				\$ 13707,63
MANO DE OBRA				
Maestro 1 (1)	Mes	5,00	\$ 720,00	\$ 3600,00
Maestro 2(10)	Mes	5,00	\$ 2400,00	\$ 24000,00
Maestro 3(5)	Mes	5,00	\$ 1600,00	\$ 8000,00
Estudio profesional (arquitecto)	-	-	-	\$ 4000,00
SUBTOTAL				\$ 39600,00
			TOTAL	\$416804,11

e. Rubro de infraestructura turística

Tabla N°12. Rubro de infraestructura Turística

RUBRO	ÁREA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Terreno	8600 (m²)	\$ 6,00	\$ 51.600,00
Infraestructura turística	2374,73(m²)	\$ 175,52	\$ 416.804,11
TOTAL			\$ 468.404,11

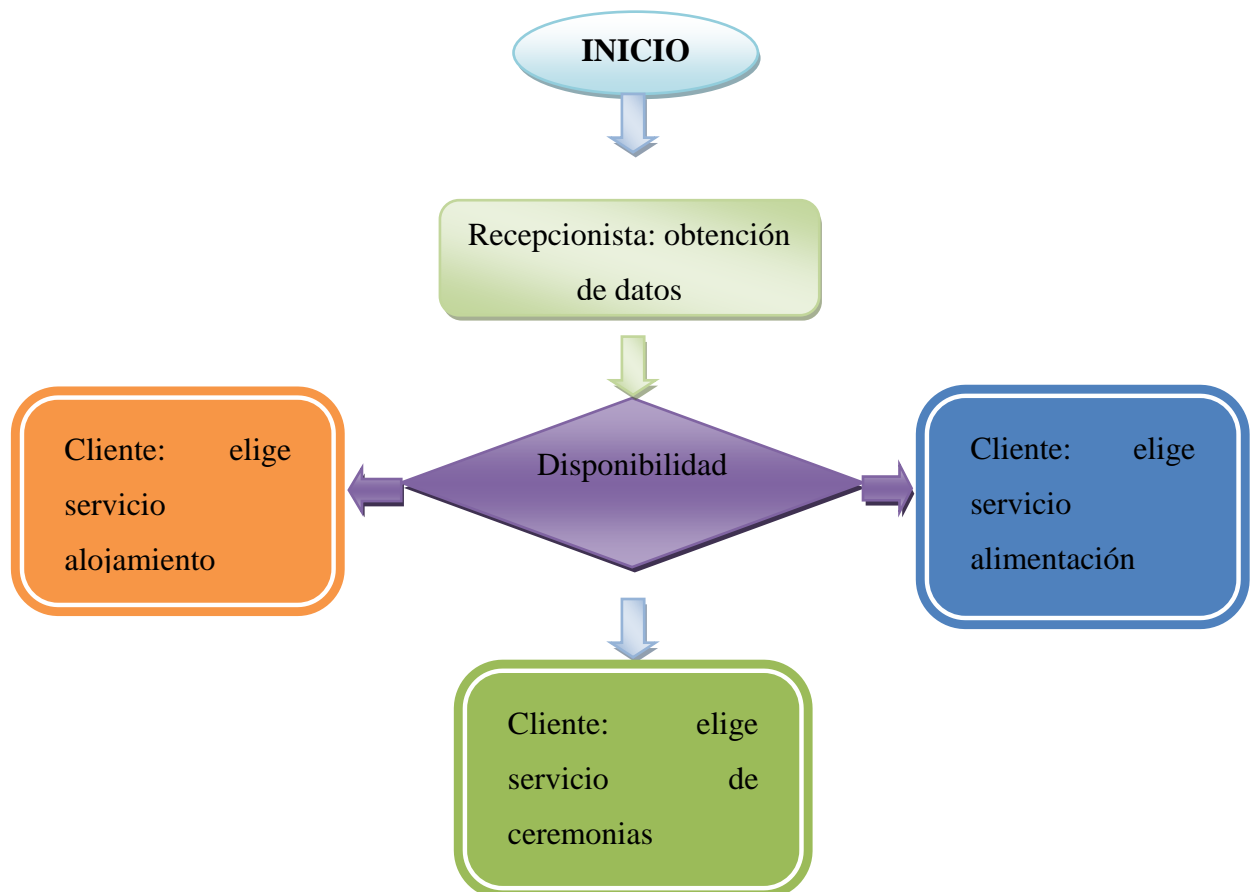
f. Definición del proceso productivo

1) Flujograma del proceso productivo

En el lodge temático andino la producción de servicios turísticos principales son: alojamiento, alimentación, recreación o entretenimiento y centro ceremonial en donde el factor humano es clave para asegurar el éxito de la presentación del servicio.

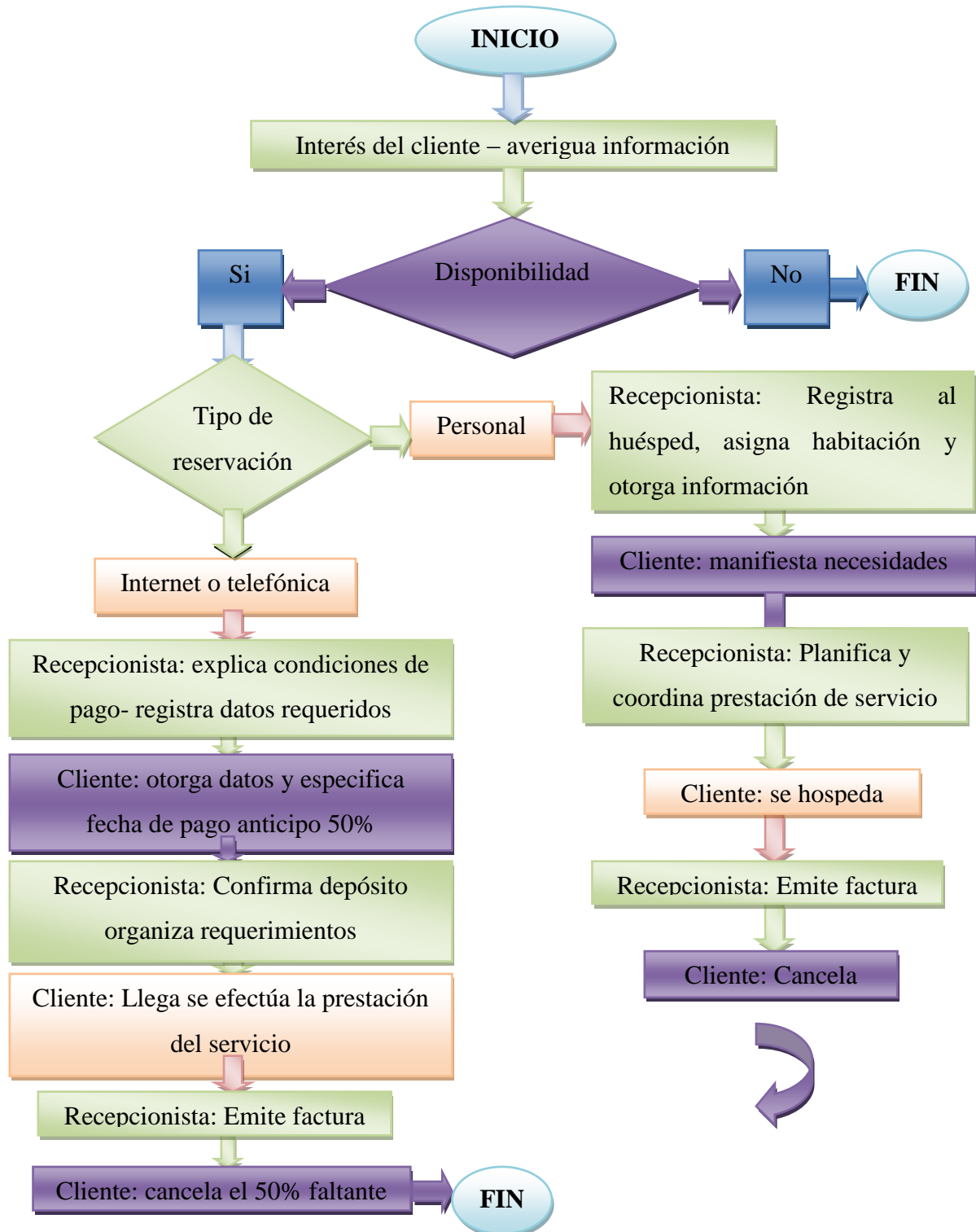
a) Flujograma del proceso productivo general

Gráfico N°15. Flujograma del proceso productivo general



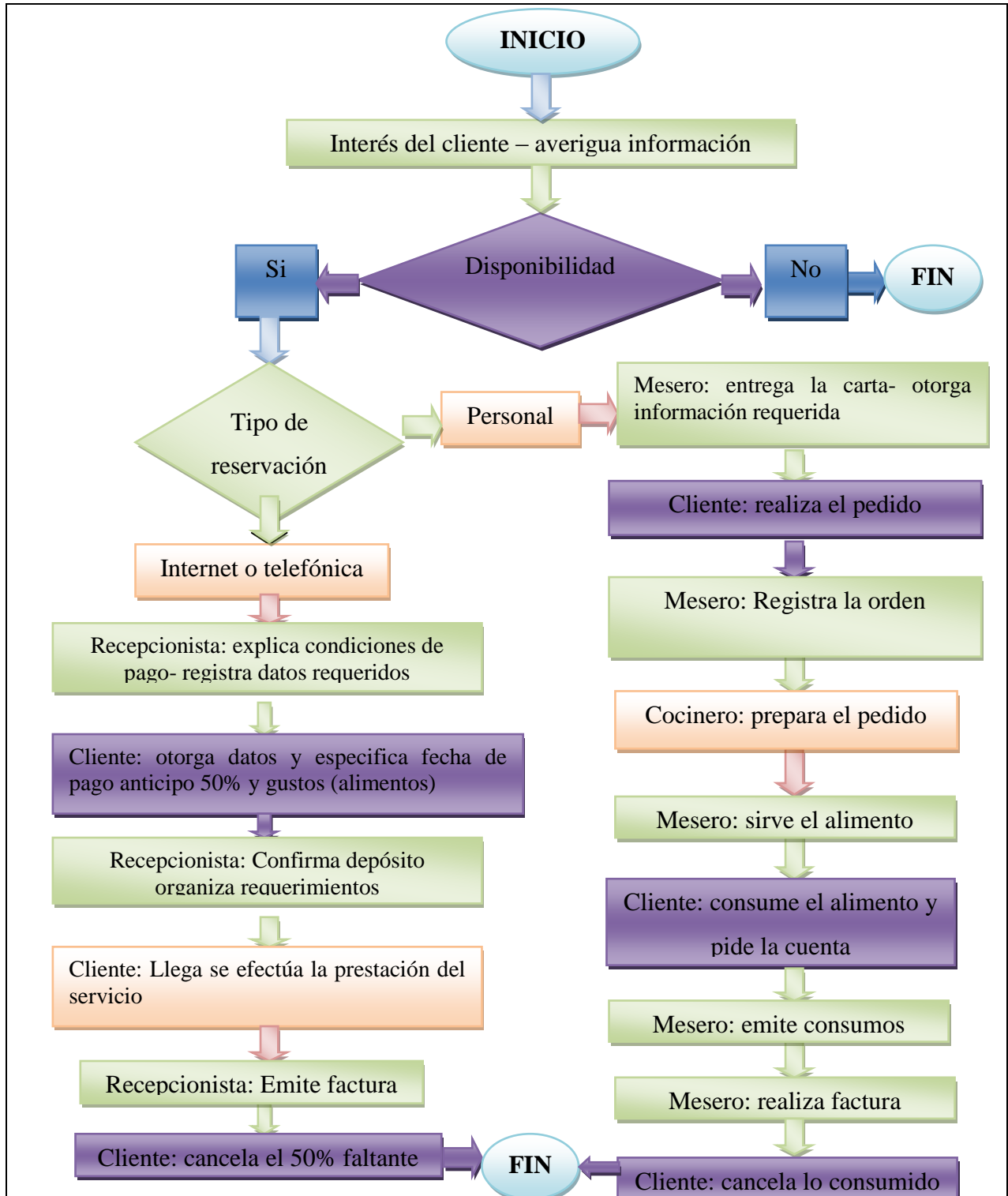
b) Diagrama de flujo del servicio de alojamiento

Gráfico N°16. Servicio de alojamiento del lodge temático andino



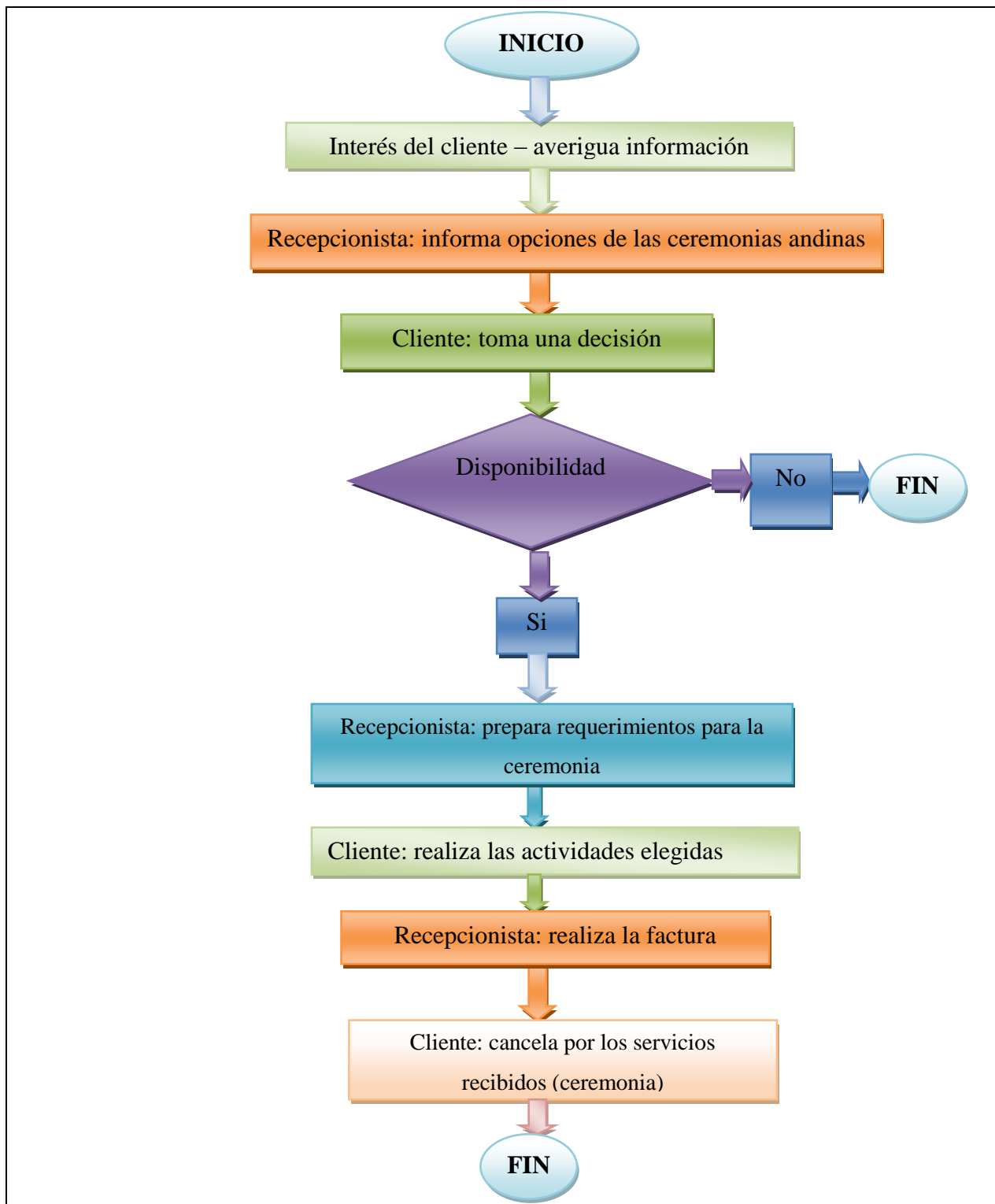
c) Diagrama de flujo del servicio de alimentación

Gráfico N°17. Servicio de alimentación del lodge temático andino



d) Diagrama de flujo del servicio de ceremonias andinas

Gráfico N°18. Servicio de ceremonias andinas del lodge temático andino



2) Recetas del menú a ofrecer en el lodge temático andino (Anexo N°5)

3) Equipamiento necesario

a) **Para la habitaciones:** Dentro del equipo necesario para el área de hospedaje se detalla a continuación:

i. **Para el dormitorio:** Cada habitación dispondrá de camas, colchones, protector de colchón, sábanas, cobijas, cubrecamas almohadas, veladores, closet, armadores, luz de velador, cortinas, decoraciones, caja de seguridad, escritorio, silla.

Cuadro N°44. Equipamiento necesario para el dormitorio

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo por habitación Simple	Costo por habitación Doble	Costo total /10 habitaciones
MUEBLES Y ENSERES					
Juego de dormitorio (cama 2 plazas , 2veladores)	1	700,00	700,00	700,00	7000,00
Cama de dos plazas adicional	1	250,00	-	250,00	1500,00
Juego de muebles (escritorio silla)	1	300,00	300,00	300,00	3000,00
Closet	1	300,00	300,00	300,00	3000,00
Caja fuertes digitales	1	150,00	150,00	150,00	1500,00
Colchón	1	250,00	250,00	500,00	4000,00
Lámpara	2	60,00	120,00	120,00	1200,00
Decoraciones	1	50,00	50,00	50,00	500,00
TOTAL			1870,00	2370,00	21700,00
MENAJE					
Cubre cama grande	1	40,00	40,00	80,00	640,00
Almohadas	2	8,00	16,00	32,00	256,00
Protector de colchón	1	60,00	60,00	120,00	960,00
Sábanas de dos plazas juego	1	15,00	15,00	30,00	240,00
Armadores juego 6	1	2,00	2,00	4,00	32,00

Cortinas	2	20,00	40,00	40,00	400,00
Cobijas de lana de llama	2	25,00	50,00	100,00	800,00
TOTAL			223,00	406,00	3328,00
SUMA TOTAL			2093,00	2776,00	25028,00

ii. Para el baño

Para cada habitación existirá un baño completo, que tendrá inodoro, lavamanos, ducha, set desinfectantes,, toallas, espejo, cortinas de baño, basureros, rodapiés, escobas, trapeadores, decoraciones, canastilla para los jabones.

Cuadro N°45. Equipamiento necesario para el baño

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo por habitación simple	Costo por habitación doble	Costo total /10 habitaciones
MENAJE					
Cortina de baño	1	10,00	10,00	20,00	160,00
Toalla pequeña	2	8,00	16,00	32,00	256,00
Toalla grande	2	15,00	30,00	60,00	480,00
TOTAL			56,00	112,00	896,00
ÚTILES DE ASEO					
Set desinfectantes	1	50,00	50,00	50,00	500,00
Basureros	1	6,00	6,00	6,00	60,00
Escobas	1	2,50	2,50	2,50	25,00
Trapeadores	1	2,50	2,50	2,50	25,00
TOTAL			61,00	61,00	610,00
MUEBLES Y ENSERES					
Rodapiés	1	7,00	7,00	7,00	70,00
Canasta para jabones	2	1,00	1,00	2,00	16,00
Espejos	1	8,00	8,00	8,00	80,00
TOTAL			16,00	17,00	166,00
SUMA TOTAL			107,00	138,00	1672,00

b) Para el área de recreación

Para el área de recreación se tomara en cuenta al centro ceremonial para el menaje y al área de reuniones en los muebles y enseres puesto que aquí se requiere sillas de madera para que el visitante descanse después de alguna actividad que realice en el lodge.

Cuadro N°46. Equipamiento necesario para el área de recreación

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
EQUIPOS			
Televisión plasma 60 pulgadas	1	1500,00	1500,00
Equipo de sonido	1	800,00	800,00
TOTAL			2300,00
MUEBLES Y ENSERES			
Parrilla de asar	1	100,00	100,00
Juego de muebles	1	350,00	350,00
Silla de madera	20	10,00	200,00
Mesa	1	30,00	30,00
TOTAL			680,00
MENAJE			
Toallas para vestidores del centro ceremonial	4	15,00	60,00
Equipo de primeros auxilios	1	30,00	30,00
Soga de techo o tumbado	50	0,25	12,50
Juegos de mesa (ajedrez, monopolio, cartas, etc.)	4	20,00	80,00
Pelota de mini futbol	2	15,00	30,00
TOTAL			212,50
SUMA TOTAL			3192,50

* En este rubro se tomó en cuenta el menaje necesario para el centro ceremonial

c) Para de alimentación

A continuación de detalla los materiales y equipos necesarios para el restaurante.

i. Área del comedor

Cuadro N°47. Equipamiento necesario para el área del comedor.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
MUEBLES Y ENSERES			
Mesas de madera	10	60,00	600,00
Sillas	40	10,00	400,00
Taburete	5	10,00	50,00
Estantería	1	500,00	500,00
TOTAL			1550,00
MENAJE			
Mantelería	10	12,00	120,00
Servilletas de tela	40	3,00	120,00
TOTAL			240,00
SUMA TOTAL			1790,00

ii. Área de la cocina

A continuación se detalla los elementos más necesarios que serán utilizados en el área de cocina.

Cuadro N°48. Equipamiento necesario para el área de cocina

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
EQUIPOS			
Cocina industrial	1	250,00	250,00
Tanque de gas	2	50,00	100,00

Refrigerador	1	700,00	700,00
Microondas	1	160,00	160,00
Licuadaora	1	80,00	80,00
Batidora	1	40,00	40,00
Extractor de jugo	1	60,00	60,00
Cafetera	1	100,00	100,00
Extractor de olores	1	250,00	250,00
Extintor	1	60,00	60,00
TOTAL			1800,00
MENAJE – UTENSILIOS			
Hachuela pequeña	1	2,50	2,50
Tabla de picar	2	3,00	6,00
Olla de presión (20litros)	1	80,00	80,00
Ollas pequeñas	5	8,00	40,00
Ollas medianas	6	15,00	90,00
Ollas grandes	2	50,00	100,00
Juego de cuchillos	1	25,00	25,00
Juego de cubiertos grande	2	15,00	30,00
Juego de cedazos	1	10,00	10,00
Juego de moldes repostería	1	50,00	50,00
Juego de coladores	1	5,00	5,00
Juego de lavacaras	1	15,00	15,00
Juego de baldes	1	20,00	20,00
Juego de sartenes	1	60,00	60,00
Juego de tazones	1	20,00	20,00
Recipiente para sal/azúcar	2	8,00	16,00
Frasco de vidrio	4	1,00	4,00
Tina pequeña	1	6,00	6,00

Jarra pequeña	2	2,00	4,00
Achiotero	1	2,00	2,00
Afilador	1	3,00	3,00
Abre latas	1	5,00	5,00
Destapador de vinos	1	8,00	8,00
Plantillero	1	40,00	40,00
Juego charoles	2	15,00	30,00
Cucharones	2	2,00	4,00
Cuchillo para cortar pan	2	5,00	10,00
Pinza para ensalada	2	1,50	3,00
Balanza	1	20,00	20,00
Plancha	1	120,00	120,00
Rallador	1	2,00	2,00
Cesto para legumbres	1	6,00	6,00
Cesto para frutas	1	6,00	6,00
Jarra para jugos	2	4,00	8,00
Jarra lechera	2	4,00	8,00
Docena de platos soperos	2	20,00	40,00
Docenas de platos fuertes	2	20,00	40,00
Docena de platos base	2	15,00	30,00
Docena de platos /café	2	12,00	24,00
Docena de cucharitas	2	10,00	20,00
Docena de cucharas	2	10,00	20,00
Docena de tenedores	2	10,00	20,00
Docena de cubiertos	2	10,00	20,00
Docena de vasos de jugo	2	12,00	24,00
Docena de copas	2	12,00	24,00
Docena de tazas café	2	18,00	36,00
Saleros	10	1,00	10,00

Azucareros	10	1,00	10,00
Pimenteros	10	1,00	10,00
Ajiceros	10	1,00	10,00
Ceniceros	10	1,50	15,00
Servilleteros	10	1,50	15,00
TOTAL			1226,50
SUMA TOTAL			3026,50

iii. Requerimiento de insumos para el área de alimentación

Cuadro N°49. Requerimiento de insumos para el área de alimentación

Insumos	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Servilletas	1	1,50	1,50
Sorbetes	1	1,50	1,50
Palillos	1	1,00	1,00
Carta menú	20	1,50	30,00
TOTAL			34,50

iv. Requerimiento de materia prima para el área de alimentación

Cuadro N°50. Requerimiento de materia prima para el área de alimentación

Producto	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Café	Frasco	2	2,50	5,00
Chocolisto	Frasco	2	2,60	5,20
Infusión de hierbas	Cartoncito	4	1,20	4,80

Leche	Litro	20	0,70	14,00
Huevos	Cubeta	5	2,50	12,50
Pimienta	Fundita	4	1,00	4,00
Sal	Funda	4	0,60	2,40
Queso grande	Unidad	10	2,50	25,00
Mortadela	Kilo	10	4,00	40,00
Frutas	Canasto	2	30,00	60,00
Vegetales	Canasto	3	30,00	90,00
Azúcar	Libra	100	0,45	45,00
Arroz	Libra	100	0,65	65,00
Papas	Quintal	2	15,00	30,00
Pasta de mami	Libra	4	2,00	8,00
Harina de maíz	Libra	20	0,40	8,00
Harina de haba	Libra	20	0,80	16,00
Quinua	Libra	20	0,80	16,00
Vinagre	Botella	2	1,00	2,00
Aceite	Botella	4	1,60	6,40
Achiote	Botellita	4	1,50	6,00
Cuy	Unidad	20	12,00	240,00
Trucha	Unidad	60	1,50	90,00
Lomo de res	Libra	20	2,00	40,00
Pollo	Unidad	10	8,00	80,00
Carne de llama	Libra	40	2,75	110,00
Cubos maggi	Cartoncito	10	1,00	10,00
Fósforos	Paquete	4	0,60	2,40
Toallas de cocina	Paquete	4	5,00	20,00
			TOTAL	\$1057,70

d) **Requerimiento adecuación de la sala de exhibiciones de artesanías**

Cuadro N°51. Requerimiento adecuación de la sala de exhibiciones de artesanía

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Prendas típicas	10	30,00	300,00
Herramientas antiguas	5	20,00	100,00
Fotografías	20	10,00	200,00
Material demostrativo	1	120,00	120,00
Artesanías	20	12,00	240,00
Vitrinas	1	100,00	100,00
TOTAL			1060,00

e) **Requerimiento de adquisición de plantas para el huerto**

Cuadro N°52. Requerimiento de adquisición de plantas para el huerto

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Quishuar(<i>Buddleiaincana</i>)	15	0,30	4,50
Romerillo(<i>Podocarpusoleifolius</i>)	15	0,30	4,50
Aliso (<i>Alnusracemosa</i>)	15	0,50	7,50
Lupina (<i>Lupinus</i> sp.)	15	0,30	4,50
Menta (<i>Menthapiperita.</i>)	10	0,10	1,00
Manzanilla (<i>Matricaria chamonilla</i>)	10	0,10	1,00
Orégano (<i>Origanumvulgare</i>)	10	0,10	1,00
Sábila (<i>Aloe vera.</i>)	10	0,10	1,00
Tipo (<i>Bistropogonmolis</i>)	10	0,10	1,00
Fundas de Semilla de hortalizas	5	1,50	7,50
TOTAL			33,50

f) Requerimiento de combustible

Este requerimiento se determinó en base al consumo de combustible que será utilizado para adquisición de productos, movilización, etc. El precio de la gasolina extra es de 1,48 el galón.

Cuadro N°53. Requerimiento de combustible

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gasolina extra	20 galones	\$1,48	\$29,60	\$355,20

4) Talento humano y remuneración económica para el área productiva

Para poder determinar las necesidades de talento humano del área productiva se analizó la capacidad económica del proyecto, por lo que la empresa va a iniciar con el personal indispensable.

Cuadro N°54. Talento humano y remuneración económica para el área productiva

				BENEFICIOS DE LEY				
CARGO	N°	SALARIO MENSUAL ¹²	SALARIO ANUAL	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE IESS	REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL
				Isbu		8,33%	9,15%	
Chef de cocina	1	\$ 600,00	\$ 7200,00	\$340,00	\$300,00	\$449,82	658,80	\$8.948,62
Mesero	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Ama de llaves	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Camarera de pisos	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Chofer	1	\$ 553,00	\$ 6636,00	\$ 340,00	\$276,50	\$414,58	\$607,19	\$8.274,27
Encargado de mantenimiento	1	\$ 120,00	\$ 1200,00					\$ 1200,00
						TOTAL ANUAL		\$ 34.077,55

5) Servicios básicos

Cuadro N°55. Servicios básicos

RUBRO	PROVEEDOR	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Luz	EER.SA.	\$175,00	\$2100,00
Agua	EMAPAR	\$35,00	\$420
Teléfono	CNT	\$30,00	\$360
Consumo gas	PRETRO ECUADOR	\$77,20	\$926,4
	TOTAL	\$ 317,20	\$3806,40

2. Estudio de Mercadotecnia o Marketing Mix

a. Estrategias de posicionamiento

1) Identificación del nicho de mercado

Luego de realizar el estudio de mercado, se identificó los futuros clientes quienes estarían dispuestos a alojarse en el lodge temático andino ubicando en la parroquia San Juan, junto al nevado Chimborazo con diferentes actividades turísticas como el ecoturismo, lo cultura y la aventura, teniendo en referencia que los servicios ofertados sean de calidad en un espacio de recreación natural.

A partir del perfil del turista nacional e internacional se identificaron los siguientes grupos objetivos:

a) Turista Nacional

Turistas de las ciudades de Quito (32%), de Guayaquil (20%) y de Ambato (19%) principalmente; entre 35 a 43 años de edad (35%) y entre los 27 a 35 años de edad (24%): como edad media 38 años.

b) Turista internacional

Turistas de los países de Estados Unidos (23%), España (20%), y Alemania (16%) principalmente; entre 35 a 43 años de edad (30%) y entre 19 a 27 años de edad (24%): como edad media de 36 años.

b. Marketing Mix

1) Producto

a) Valor diferencial

El lodge temático andino que se pretende implementar en la parroquia San Juan tiene características esenciales que marcan la diferencia y estas se detallan a continuación:

- i. Cuenta con el servicio de alojamiento en donde su diseño arquitectónico es de la cultura andina guardando un estilo tradicional de la cultura Puruwa.
- ii. Interrelación entre el ser humano y la naturaleza.
- iii. Cuenta con un centro ceremonial en donde se puede comprender de mejor manera los elementos existentes en la Pachamama (madre naturaleza).
- iv. Responsabilidad ambiental y un adecuado manejo de los productos orgánicos que se utilizarán en el lodge temático andino.
- v. Responsabilidad social: generación de empleo en la parroquia San Juan.
- vi. Utilización de energías alternativas para evitar la contaminación ambiental y conservar la salud de los visitantes.

b) Branding

i. Nombre: El nombre que se eligió para el lodge temático andino es: “PuñunaWasi”, el mismo que tiene la siguiente connotación.

i) Puñuna

Palabra kichwa utilizado por las culturas indígenas, en donde dicha palabra es utilizado a diario para su comunicación con los demás integrantes ya sea de la familia o de la comunidad, la palabra en español significa dormir.

ii) Wasi

Al igual que la Puñuna está también es una palabra kichwa, en donde su significado en español significa casa.

En donde la palabra kichwa “PUÑUNA WASI” tiene su significado en español: Casa de Dormir que en la cultura indígena es un lugar de descanso después de trabajar en el campo y de realizar sus actividades diarias para recuperar fuerzas y cargarse de energías para el siguiente día.

ii. Slogan

Se estableció el siguiente slogan: “Una y mil noches a la sombra del Chimborazo”; esto hace referencia a que el lugar en donde se va a hospedar esta junto al nevado Chimborazo y el es que protegerá mientras el turista pernoctan en el lodge temático andino.

iii. Símbolo/ logotipo de la empresa

Los colores y el logotipo son diseñados pensando en los turistas que son el público objetivo en donde son personas mayores de 30 años y en su gran mayoría prefieren la naturalidad y la realidad complementado con el paisaje del lugar.

Gráfico N°19. Logotipo de la empresa

i) Componentes

Los componentes utilizados dentro del logotipo están constituidos por imágenes gráficas y textuales, las mismas que representan lo siguiente

Tabla N°13. Componentes del logotipo

COMPONENTE	SIGNIFICADO
El Chimborazo	El nevado más grande del Ecuador con 6310.m.s.n.m en donde las personas que habitan en las faldas de este coloso lo respetan como un dios supremo por que es él quien los cuida y los protege con su majestuosidad única que lo diferencia de los demás nevados.
Cruz del sur	Representa el traspaso que nos permite ir más allá, el puente que es necesario cruzar para llegar a nuestro propósito e ideal. Allí ubicamos las cuatro direcciones, los cuatro elementos (como herramientas de armonización de la vida) y los dos solsticios y dos equinoccios que dan inicio a las cuatro estaciones, muy significativo para el mundo andino.
La construcción del	Hace referencia a su forma de la puerta principal y a sus ventanas

lodge	que es en forma trapezoidal y el ladrillo visto que será una representación de una choza y que en su interior prestara los servicios de hospedaje, alimentación, recreación y un centro ceremonial.
Turista	Es quien utilizara los servicios ofertados por el lodge en donde al entrar al lugar se encontrara con un lugar de descanso y además que podrá conocer sobre la cosmovisión andina marcada en el centro ceremonial.
Camino de piedra	Es la entrada al lodge es un camino milenario en donde nuestros abuelos caminaban por caminos de piedra para llegar a su lugar de destino y poder descansar.
Nombre del lodge	Puñuna Wasi nombre kichwa que da la marca de la empresa con un significado cultural, místico y espiritual andino para tratar de recuperar la vivencia de nuestros abuelos.

ii) Gama cromática de la empresa

La utilización de este tipo de colores se encuentra ligados a la cromática natural, anunciados con colores de la tierra, pues la empresa trabajara con elementos de interacción con la naturaleza, los colores tomados son de diferentes escenarios o paisajes de la naturaleza además de las fotografías adquiridas en la zona de estudio.

Tabla N°14. Gama cromática de la empresa

COMPONENTE	SIGNIFICADO
Negro	El color negro está asociado con el poder, la elegancia, el secreto y el misterio.
Azul	Es el color de la frescura, la espiritualidad, la libertad, la paciencia, la lealtad, la paz y la honradez, se asocia fuertemente con la tranquilidad y la calma y puede implicar tristeza o depresión.

Blanco	Representa la inocencia y pureza, Implica un nuevo comienzo, nos ayuda en momentos de estrés, y nos ayuda a seguir adelante y a poner el pasado atrás, significa igualdad y unidad.
Gris	Implica seguridad, madurez y fiabilidad, es el color del intelecto, el conocimiento y la sabiduría.
Rojo	Es un color cálido, vibrante y extravagante, transmite energía combinada con diversión, es el color de las personas que toman riesgos y son extrovertidas y desinhibidas, significa aventura, optimismo, confianza en sí mismo, sociabilidad y salud, también sugiere placer, alegría, paciencia, generosidad y ambición.

iv. Identidad Corporativa

Se diseñó y definió gráficos de papelería como: tarjetas de presentación, hojas membretada, carpetas corporativas, principalmente.

Gráfico N°20. Tarjetas de presentación

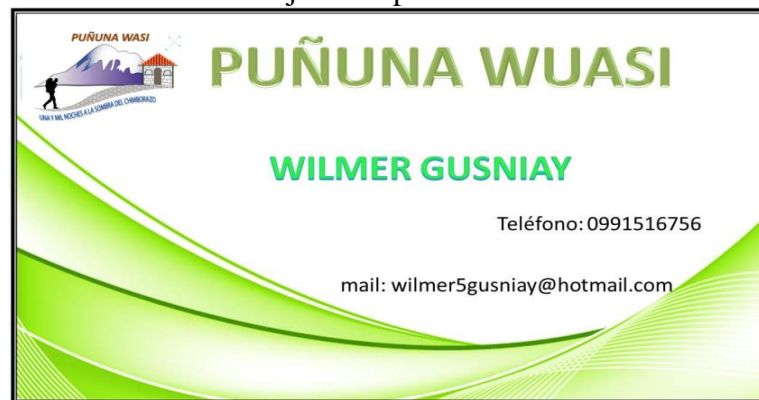


Gráfico N°21. Carpetas corporativas

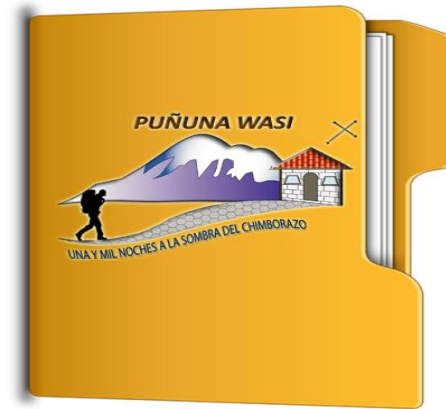


Gráfico N°22. Hoja membretada



2) Precio

a) Precio final de productos

Se estableció los precios en relación a la competencia, al estudio de la demanda, a la exclusividad y al análisis de costos para que de esta manera sean accesibles en el mercado y además generen ingresos rentables. Ver en el (**Anexo. 6**) la estructura del costo de habitación.

Tabla N°15. Precio del servicio turístico de alojamiento en el lodge temático andino

Producto	Especificación	Precio de la competencia		Precio del estudio de la demanda	Precio de producción (\$)	Precio oficial (\$)
Alojamiento	Habitación doble: o simple	Abraspungo	\$ 78,00	Turista nacional:	\$ 28,72	Habitación simple:
				\$ 46,95		\$ 23,71
		Refugio Estrella del Chimborazo	\$ 35,00	Turista internacional:		Habitación Doble:
		Andaluza	\$ 72,20	\$ 76,22		\$ 47,42
		Bambú	\$ 20,00			

Tabla N°16. Precio del servicio de alimentación en el restaurant del lodge temático andino

Productos	Especificación	Precio de producción (\$)	Precio oficial (\$)
Desayuno	Desayuno tradicional	1,45	2,50
	Desayuno americano	1,90	3,50
Acompañantes	Cariucho	0,88	1,50
	Mote pillo	0,35	0,80
Ensaladas	Ensalada fría	0,56	1,50
	Ensalada de verduras	0,65	1,30
Postres	Dulce de higo	0,19	0,50
	Torta de zanahoria	0,25	0,50
Bebidas calientes	Chocolate	0,32	0,60
	Agua aromática con panela	0,16	0,50
Bebidas frías	Chicha de quinua	0,25	0,50
	Batido de guineo	0,33	0,60
Platos fuertes nacionales	Papas con cuy	3,16	5,50
	Fritada de llama	1,92	3,50

	Trucha ahumada	2,34	4,00
Platos fuertes internacionales	Plato milanesa	2,39	5,50
	Filetmignon	2,42	6,00
Sopas	Sopa de haba con queso	0,31	0,60
	Caldo de gallina criolla	1,45	2,50
	Sopa de quinua	0,63	1,50

b) Políticas de cobro y formas de pago

El lodge temático andino “Puñuna Wasi” definió la política de cobro para sus potenciales consumidores de la siguiente manera:

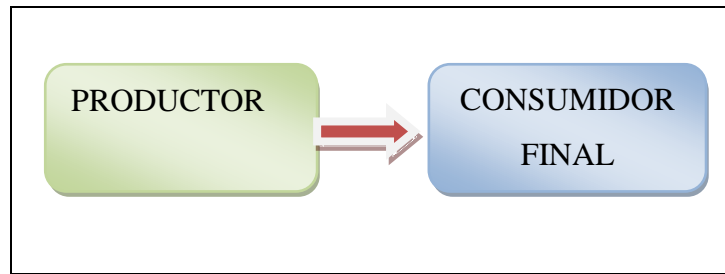
- i. Contado al 100%, es cuando el servicio deberá ser pagado de inmediato; esto es cuando las reservas se hacen el mismo día en forma personal.
- ii. Acuerdo del 50%(contado) y 50% (crédito) es cuando el servicio se cobrara el 50% previo a la reservación del servicio y el 50% restante al termino del mismo; esto cuando las reservaciones se los realiza vía telefónica o internet.
- iii. Como formas de pago la empresa aceptara el pago de sus servicios en efectivo y con tarjetas de crédito de cualquier institución bancaria.

3) Plaza

Después del estudio de mercado se ha definido los siguientes canales de distribución:

a) Canal directo , forma directa

En la que el lodge temático andino “Puñuna Wasi” comercializara su producto directamente entre el productor y el consumidor final, debido a que los turistas nacionales y internacionales emprenden su viaje sin utilizar el servicio de una agencia de viajes.

Gráfico N°23. Canal directo de distribución**b) Canal intermediario, forma indirecta**

El lodge tematico andino “Puñuna Wasi” comercializara su producto por medio de intermediarios entre el productor y el consumidor final. Estos pueden ser: agencias de viajes, operadores de turismo, son quienes pueden difundir la informacion del establecimiento y de esta manera se puede comercializar el producto ofertado por el lodge.

Gráfico N°24. Canal indirecto de distribución

c) Plan de comercialización

Dentro del plan de comercialización se pretende mantener la sustentabilidad financiera del lodge con el fin de que la empresa pueda mantenerse operando en el mercado.

Cuadro N°56. Plan de comercializacion para el lodge tematico andino

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN							
Target	Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Medios publicitarios	Precio de la publicidad		
					Cantidad	Precio unitario	Precio total
<p>Turista nacional de edad media de 38 años, de las ciudades de Quito, Guayaquil y de Ambato. El turista no utiliza agencia de viajes y se informa de los lugares turisticos a traves del internet.</p> <p>Turista internacional de edad media de 36 años, de provienen de los paises de Estados Unidos, España y de Alemania. El turista no utiliza agencia de</p>	DIRECTO	Venta directa de los servicios del lodge tematico andino a turistas nacionales e internacionales a través de medios publicitarios.	<p>Proporcionar informacion veraz y oportuna a cerca de los servicios del lodge temático andino en el material publicitario, como: internet, volantes, revistas y guias turisticas.</p> <p>Contacto personalizado entre el vendedor y el cliente mediante internet y el telefono.</p>	<p>Multimedia web</p> <p>Redes sociales Facebook</p>	1	\$500	\$500

viajes y se informa de los lugares turisticos a traves del internet, agencias de viajes y guias turistica.		Negociacion de espacios publicitarios en guias o revistas de de turismo o afines.	Identificacion de las revistas especializadas en turismo. Planificacion de visitas con corresponsables.	Revistas Guias turisticas nacionales / internacionales			
<p>Turista nacional de edad media de 38 años, de las ciudades de Quito, Guayaquil y de Ambato. El turista no utiliza agencia de viajes y se informa de los lugares turisticos a traves del internet.</p> <p>Turista internacional de edad media de 36 años, de provienen de los paises de Estados</p>	INTERMEDIARIO	Mediante visitas de negociacion con empresas de turismo de las ciudades de Quito, Guayaquil, Riobamba, Ambato, Guaranda, para establecer convenios y acuerdos de comerciaización	<p>Establecer alianzas estretegicas con agencias de viajes, operadoras de turismo, en donde se pueda colocar portafolio de ventas con un adecuado material publicitario.</p> <p>Indicar todos los servicios, el tarifario, las politicas de reservacion, de cancelacion, porcentajes de comision y las formas de pago.</p>	Tarjetas de presentación	1000	\$0,07	\$70
				Hoja menbretada	1000	\$0,06	\$60
				Carpetas	1000	\$0,50	\$500
				Volantes	1000	\$0,30	\$300

Unidos, España y de Alemania. El turista no utiliza agencia de viajes y se informa de los lugares turísticos a través del internet, agencias de viajes y guías turística.		de los servicios ofertados por el Lodge temático andino.	Contacto personalizado entre el vendedor y las empresas intermediarios mediante internet y el teléfono.	Material Pop: Gorras	300	\$3,00	\$900
Poblacion de Quito, Guayaquil, Ambato. Empresas de turismo de cadena intermediarios	DIRECTO – INTERMEDIARIO	Intervencion en ferias y eventos de turismo como: FITE, FTE.	Promocionar en ferias y eventos de turismo, mediante alianzas con el Ministerio de Turismo, Unidad de Turismo. Entregar material promcional: volantes	Banners	3	\$100	\$300
				Paqueutes de informacion: (hojas menbretadas, carpetas volantes, tarjetas de presentación)	500	\$1,00	\$500
				Material Pop: Camisetas	200	\$3,50	\$700
				Gorras	200	\$5,00	\$1000
				Bolsos	100	\$5,00	\$500
				TOTAL			\$5330

4) Promoción

a) Publicidad

Para determinar los medios publicitarios se tomo en cuenta el estudio de le demanda en el cual los turistas nacionales utilizan el internet en un (41%), radio y televisión (21%), guía turística (19%), prensa escrita (11%), agencias de viajes (3%).

Los medios publicitarios deben estar mínimo en 2 idiomas: Español e Inglés por la procedencia de los turistas de los países de Estados Unidos, España y Alemania.

Por tal motivo se identificaron y se diseñaron los siguientes medios publicitarios:

Multimedia para web site, diseño para redes sociales, banners, volantes, material pop.

i. Multimedia para web site

El lodge temático andino ofertara sus servicios en multimedia en el siguiente web site www.puñunawasi.com el cual su diseño es tiene un valor de \$ 200.

ii. Volantes

Las volantes servirán para ser repartidos en agencias de viajes, operadoras de turismo, hoteles, restaurantes, paraderos turísticos. Su diseño tuvo un costo de \$30 dólares americanos.

iii. Material pop

Gráfico N°25. Gorra



Gráfico N°26. Camisetas y Camisas



Gráfico N°27. Bolsos



b) Políticas de promoción

- i. Para impulsar las ventas del lodge temático andino se incentivara a los clientes con tarifas especiales (descuentos) generalmente a los que viajen en grupos entre 6 y 10 personas.
- ii. Se debe considerar promociones por fechas especiales, segmentos de mercado, feriado, fines de semana entre otros.
- iii. Obsequiar souvenir, suvenir o recuerdos por una compra superior a los \$50.

- iv. Para grupos de 15 personas se proporcionara gratuidad para el guia y el chofer y para grupos de 10 personas se proporcionara 50% de descuento al guia y al chofer.

c. Equipamiento necesario, costos y gastos del área comercial

- 1) Equipamiento necesario para el área comercial:** Se dispondrá del siguiente mobiliario:

Cuadro N°57. Equipo necesario para la recepción

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipos de oficina			
Teléfono	1	\$60,00	\$60,00
Fax	1	\$200,00	\$200,00
Calculadora/ Sumadora	1	\$30,00	\$30,00
SUB TOTAL			\$290,00
Equipos de computación			
Computadora	1	\$800,00	\$800,00
Impresora	1	\$150,00	\$150,00
SUB TOTAL			\$950,00
Muebles y enseres			
Counter de recepción	1	\$400,00	\$400,00
Silla giratoria	2	\$70,00	\$140,00
Sillas	4	\$25,00	\$100,00
Archivador	1	\$200,00	\$200,00
Juego de sala	1	\$600,00	\$600,00
Decoraciones	1	\$100,00	\$100,00
Útiles de oficina	1	\$150,00	\$150,00
SUB TOTAL			\$1690,00
TOTAL			\$2930,00

Cuadro N°58. Equipo necesario para el baño de la recepción

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Menaje			
Toalla pequeña	4	\$8,00	\$32,00
SUB TOTAL			\$32,00
Utiles de Aseo			
Set desinfectantes	1	\$50,00	\$50,00
Escobas	1	\$2,50	\$2,50
Trapeadores	1	\$2,50	\$2,50
Basureros	1	\$6,00	\$6,00
SUB TOTAL			\$61,00
Muebles y enseres			
Rodapiés	1	\$7,00	\$7,00
Canastilla para los jabones	2	\$1,00	\$2,00
Espejos	2	\$8,00	\$16,00
SUB TOTAL			\$25,00
TOTAL			\$118,00

d. Talento humano y remuneración económica del área comercial

Para determinar las necesidades de talento humano del área comercial se analizó la capacidad económica del proyecto, por lo que la empresa recién va a iniciar se ha estimado el personal más indispensable.

Cuadro N°59. Talento humano y remuneración económica para el área comercial

				BENEFICIOS DE LEY				
CARGO	N°	SALARIO MENSUAL ¹²	SALARIO ANUAL	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE IESS	REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL
				Isbu		8,33%	9,15%	
Recepcionista mañana	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Recepcionista tarde	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Encargado de Reservas	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
						TOTAL ANUAL		\$ 15.654,66

D. ESTUDIO AMBIENTAL

1. Estudio de impacto ambiental

Se realizó la evaluación de impacto ambiental la aplicación de la matriz de leopold, con la cual se determinó y se realizó el análisis de las acciones implementadas que van a interactuar con los factores ambientales.

a. Marco legal

El Ecuador dispone de diversas Leyes y Reglamentos que norman la gestión ambiental y que se encuentran en vigencia para los proyectos de infraestructura. Entre las elementales y que se relacionan con el proyecto motivo del presente estudio, se citan a las siguientes: En relación al Desarrollo Sustentable y a la protección del Ambiente, en relación a la Gestión Ambiental, en relación a la protección del Ambiente Natural, en relación a la protección de los recursos naturales y control de contaminantes, en relación a la protección de Ambiente Humano.

b. Constitución Política de la República del Ecuador

Considerando la Constitución Política vigente aprobada el 28 de septiembre del 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

- 1) Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

- 2) Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o

nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

- 3) **Art. 72.-** La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.
- 4) **Art. 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:
 - a) Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
- 5) **Art. 395.-** La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:
 - a) Numeral 1.- El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

c. Ley de Gestión Ambiental

Considerando la ley de Gestión Ambiental publicada el 30 de julio de 1999 en la cual se establece los principios y directrices de la política ambiental, determinando además las obligaciones, responsabilidades niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en materia.

d. Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria

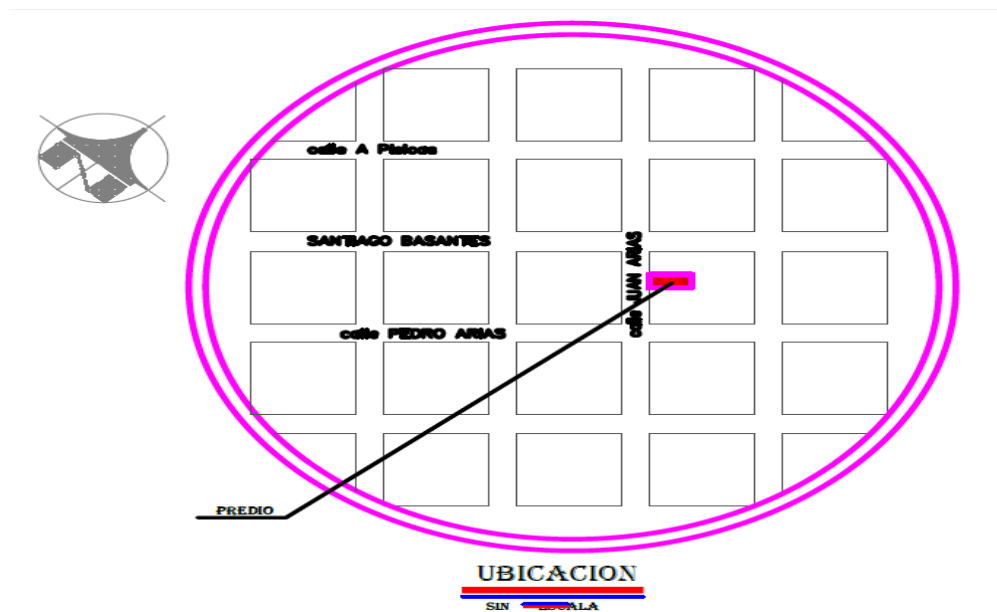
Publicado el 13 de diciembre del 2002, recoge la Legislación Ambiental vigente, unificada para facilitar el acceso a la normativa requerido, bajo en compromiso de promover el desarrollo sustentable, observado el concepto de minimizar riesgos e impacto negativos ambientales, mientras se mantengan las oportunidades sociales y económicas de sustentabilidad.

e. Delimitación del área

1) Ubicación

El lodge temático andino estará ubicado en el Barrio Santa Marianita, en las coordenadas (UTM) 746629 de longitud Este, (UTM 17) 9819601 de latitud Norte y 3200 m.s.n.m de altitud y se ubica en las faldas del nevado Chimborazo.

Gráfico N°. Ubicación del lodge



2) Características climáticas

- e) **Temperatura:** Oscila entre 6°C y 12°C.
- f) **Altitud:** En la parroquia San Juan la temperatura promedio es de 3200 m. s. n. m.
- g) **Precipitación:** 500 a 2.000 mm.
- h) **Humedad relativa:** 65% - 75%.

3) Clasificación ecológica

La parroquia San Juan ecológicamente Según Sierra, R. (1999) pertenece a la zona de Paramo Herbáceo.

f. Determinación de acciones y factores de la matriz ambiental de leopold

1) Determinación de acciones

Las acciones que serán implementadas en este proyecto y causarán alteraciones a los distintos componentes del medio ambiente son:

Tabla N°17. Actividades del proyecto PUÑUNA WASI por categoría

CATEGORÍA	ACCIONES
A. Modificación del régimen	a) Modificación del hábitad
	b) Alteración de la cobertura vegetal del suelo
	c) Ruido y vibraciones
B. Transformación del terreno y construcción	a) Construcción de infraestructura turística
	b) Implementación de señalética
	c) Estructuras recreacionales
	d) Desmonte
C. Explotación de recursos	a) Excavaciones
D. Procesamiento	a) Operación turística

	b) Manipulación de alimentos
E. Renovación de recursos	a) Reforestación con árboles, arbustos y hierbas nativas
	b) Reciclaje de residuos sólidos
F. Cambios en tráfico	a) Tránsito de vehículos
G. Emplazamientos y tratamiento de residuos	a) Eliminación de basura
	b) Emisiones de chimeneas al aire libre
	c) Generación de aguas grises y negras
H. Socio cultural	a) Capacitaciones al personal
	b) Talleres con la localidad
	c) Intercambio cultural

2) Determinación de factores ambientales

Los factores ambientales inmersos del proyecto que fueron escogidos son:

Tabla N°18. Componentes ambientales del proyecto PUÑUNA WASI por categoría

CATEGORÍA	PARÁMETROS
A. Características físicas y químicas	
A1. Tierra	a. Compactación
	b. Contaminación con desechos orgánicos e inorgánicos
A2. Agua	c. Calidad del agua
A3. Atmosfera	d. Calidad de aire
B. Condiciones biológicas	
B1. Flora	a. Árboles
	b. Arbustos
	c. Hierbas
B2.Fauna	d. Insectos
C. Factores culturales	

C1. Uso de la tierra	a. Comercialización de productos de unidades turísticas
C2. Recreación	b. Centro de vacaciones y placer
C3. Interés estético y humano	c. Vistas escénicas
C4. Aspecto culturales	d. Dinamización de la economía local (empleo)
	e. Patrones culturales (estilo de vida).

g. Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold

1) Determinación de magnitud

Se determinó la magnitud en función de los factores ambientales, haciendo énfasis en la pregunta: ¿Cuánto se ha alterado el ambiente? .La magnitud fue medida con una escala de valoración de 1 al 10, sabiendo que 1 representa la magnitud menor y 10 magnitud mayor.

2) Determinación de importancia

Se estableció por la trascendencia del impacto que tiene con respecto al resto, esta valoración es mas subjetiva. La importancia fue medida con una escala de valoración del 1 al 10, sabiendo que 1 representa la importancia menor y 10 la importancia mayor.

3) Valoración de los impactos

En el proceso de evaluación o valoración de impactos ambientales, se definieron los atributos y escala de valores para el análisis de los impactos. Los atributos establecidos para los impactos ambientales se fundamentaron en las características y el comportamiento espacio-temporal producto de la interacción activa del proyecto – componente ambiental afectando. Los valores de magnitud e importancia que se asignaron a los impactos identificados, respondieron a los valores prefijados los mismos, se detallan en la siguiente tabla.

Tabla N°19. Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Valoración	Intensidad	Afectación	Valoración	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Media	Regional
8	Alta	Media	8	Temporal	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Nacional

FUENTE: PAEZ, C. 1996

Cabe recalcar que a este valor se antepone el signo (+) cuando genera una acción beneficiosa o el signo (-) cuando se genera una acción perjudicial.

h. Evaluación de la matriz de Leopold

Cuadro N°60. Evaluación de impactos ambientales del lodge PUÑUNA WASI en la parroquia San Juan, cantón Riobamba

ACCIONES FACTORES AMBIENTALES			Modificación del hábitat	Alteración de la cobertura	Ruido y vibraciones	Construcción de infraestructura turística	Implementación de	Estructuras recreacionales	Desmonte	Excavaciones	Operación turística	Manipulación de alimentos	Reforestación	Reciclaje de residuos sólidos	Tránsito de vehículos	Eliminación de basura	Emisiones de chimeneas	Generación de aguas	Capacitaciones al personal	Talleres con la localidad	Intercambio cultural	Afectaciones (+)	Afectaciones (-)	Total interacciones	Agregación de Impactos
TIERRA	Compactación		- 3/3	- 2/3		- 3/2	- 1/1	- 1/3	- 2/1	- 1/1	- 2/2		+ 3/3		- 2/4							1	9	10	-31
	Contaminación con desechos		- ½			- 2/1	+ 2/3	- 2/1			- 2/5	- 3/1		+ 3/2	- 1/2		+ 3/3	- 4/3	+ 3/3	+ 3/5		5	7	12	12
AGUA	Calidad del agua					- 2/1		- 2/2			- 4/3	- 4/3	- 3/3					- 4/3	+ 3/3	+ 3/5		2	6	8	-27
ATMOSFERA	Calidad del aire				- 2/3	- 1/1		- 1/1	- 1/1		- 1/1	- 1/2	+ 6/3	+ 2/3	- 4/4	+ 1/1	- 3/1		+ 3/3	+ 3/5		5	8	13	18

FLORA	Árboles	+						-		-		+					+	+		4	2	6	41
		2/3						1/1		1/3		5/3					3/3	3/5					
	Arbustos	+			-	+		-		-		+					+	+		5	3	8	32
		2/3			1/3	2/3		2/1		1/3		4/3					3/3	3/5					
	Hierbas	-	-		-	+	-	-		-	-	+					+	+		4	7	11	20
		1/3	1/3		1/3	2/3	1/3	3/1		1/3	1/1	3/3					3/3	3/5					
FAUNA	Insectos	+	-	-	-	+	-	-	-	+		+		-			+	+		6	7	13	15
		2/3	1/3	2/3	1/3	3/3	3/3	3/3	3/1	2/1		5/3		2/4			3/3	3/5					
USO DE LA TIERRA	Comercialización de productos turísticos	+			+	+	+			+	+	+		+			+	+	+	11	-	11	300
		6/7			7/7	3/3	4/4			7/7	6/7	4/3		4/3			6/3	3/3	7/6				
RECREACIÓN	Centro de vacaciones y placer	-			-	+	+			+	+					-	+	+	+	7	3	10	72
		3/3			4/3	4/3	5/3			4/3	6/4				4/3		4/3	5/3	3/5				
INTERES ESTETICO Y HUMANO	Vistas escénicas	-			+	+		-	-	+		+					+	+	+	7	3	10	112
		1/3			3/3	1/3		1/2	1/2	3/3		3/3					5/3	5/5	7/7				
ASPECTOS CULTUR	Dinamización de la economía	+			+	+	+			+	+		+				+	+	+	10	-	10	211
		6/5			5/5	3/3	3/3			7/5	5/4		2/2				4/3	5/5	7/6				
		+		-	+					+			-				+	+	+	6	2	8	108

ALES	Patrones culturales		4/4		3/4	3/3					5/5			3/3					5/3	5/5	6/6				
Afecciones (+)			6	-	-	4	8	3	-	-	6	3	8	3	1	1	1	-	12	12	5	73			
Afecciones (-)			5	3	3	8	1	6	7	3	7	4	1	1	4	-	2	2	-	-	-		57		
Total de interacciones			11	3	3	12	9	9	7	3	13	7	9	4	5	1	3	2	12	12	5			130	
Agresión de impactos			80	-12	-12	57	59	18	-20	-6	96	68	90	7	-22	1	-6	-24	135	204	184				883

PORCENTAJE: $883/130 = 7\%$

Cuadro N°61. Porcentaje de valores

Porcentajes %		NOMINACIÓN
- 100	- 76	altamente significativo
-75	-51	significativo
-50	-26	poco significativo
-25	0	no significativo
0	25	no significativo
26	50	poco significativo
51	75	Significativo
76	100	altamente significativo

Fuente: Información secundaria

i. Análisis de los resultados de la matriz de Leopold

Realizada la matriz de Leopold se procedió a determinar 19 las acciones que ejercerá el proyecto sobre el área, así como también se determinaron 13 factores ambientales que pueden ser afectados con cualquier tipo de las acciones anteriores.

Luego de determinar la relación de causalidad entre las acciones (filas) y los factores ambientales (columnas) se identificó un total de 130 interacciones; de las cuales 73 son positivas y 57 son interacciones negativas.

Los resultados de la matriz de impactos ambientales refleja que las acciones que causan aspectos positivos y que acumulan más puntos son: los talleres con la localidad (204 puntos con 12 interacciones), intercambio cultural (184 puntos con 5 interacciones), capacitación al personal (135 puntos con 12 interacciones), operación turística (96 puntos con 13 interacciones), la reforestación (90 puntos con 9 interacciones).

Y las acciones que causan aspectos negativos y que acumulan menos puntos son: generación de aguas grises y negras (-24 puntos con 2 interacciones), tránsito de vehículos (-22 puntos con 5 interacciones), desmonte (-20 puntos con 7 interacciones), el ruido y vibraciones (-12 puntos con 3 interacciones) y la alteración de la cobertura vegetal del suelo (-12 puntos con 3 interacciones).

Los resultados de la matriz refleja que los factores ambientales que pueden ser afectados positivamente por las acciones y que acumulan más puntos son: la comercialización de productos turísticos (300 puntos con 11 interacciones), la dinamización de la economía local - empleo (211 puntos con 10 interacciones), vistas escénica (112 puntos con 10 interacciones), patrones culturales (108 puntos con 8 interacciones) centro de vacaciones y placer (72 puntos con 10 interacciones).

Y los factores ambientales que pueden ser afectados negativamente y que acumulan el menor puntaje son: la compactación de la tierra (-31 puntos con 10 interacciones), la calidad del agua (27 puntos con 8 interacciones).

j. Acciones y requerimientos para mitigación de los impactos ambientales

Cuadro N°62. Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales

Daños por procesos de producción y actividades		Acciones / Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo \$
Tierra	Compactación	Implementar señal ética de prohibición, prevención y concienciación para la operación turística.	Señal ética de prohibición, prevención y concienciación.	300,00
	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Controlar excesivas concentraciones de turistas.	Basureros para la clasificación de la materia inorgánica.	500,00
		Implementar un sistema de manejo de desechos, inorgánicos y orgánicos. Capacitar al personal, talleres a la comunidad sobre cómo reciclar los desechos.	Computeras para el material orgánicos. Material de limpieza. Material didáctico para charla.	300,00 100,00
Agua	Calidad del agua	Implementar manual de buenas prácticas ambientales.	Manual de buenas prácticas.	300,00
		Sistema de recolección de agua lluvia para jardines.	Tanques recolectores de agua lluvia y manguera para su distribución	200,00
		Capacitar al personal, talleres a la comunidad sobre el uso y reciclaje del agua.	Material didáctico para charla	100,00
Atmosfera	Calidad del aire	Reforestar.	Plantas nativas para sembrar.	-
		Capacitar al personal, talleres a la comunidad sobre el aire.	Material didáctico para la charla.	100,00

Flora	Arboles	Identificación de especies Reforestar.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico. Plantas nativas.	300,00 100,00
	Arbustos	Identificación de especies Reforestar.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico. Plantas nativas.	300,00 100,00
	Hierbas	Identificación de especies Reforestar.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico.	300,00
Fauna	Insectos	Implementar señal ética de prohibición, prevención y concienciación. No molestar. Capacitar al personal, talleres a la comunidad sobre fauna. Explicar a los turistas sobre la importancia de las especies animales.	Señal ética de prohibición, prevención y concienciación. Material didáctico para la charla.	300,00 100,00
Uso de la tierra	Comercialización de productos turísticos	Implementar el manual de buenas prácticas para el turismo sostenible para la operación turística. Involucrar a la población local. Capacitar al personal, talleres a la comunidad.	Manual de buenas prácticas para el turismo sostenible para el lodge PUÑUNA WASI. Material didáctico para la charla.	500,00 100,00

Recreación	Centro de vacaciones y placer	Implementar señalética de ubicación, prevención y concienciación para la operación turística.	Señalética de ubicación, prevención y concienciación.	300,00
		Evitar concentraciones excesivas de turistas.	Material didáctico para la charla.	100,00
		Capacitar al personal. Talleres a la comunidad.		
Interés estético y humano	Vistas escénicas	Implementar señalética interpretativa para la operación turística.	Señalética interpretativa para la operación turística.	300,00
		Capacitar al personal.	Material didáctico para la charla.	100,00
		Talleres a la comunidad sobre el patrimonio natural y cultural		
Aspectos culturales	Dinamización economía local (empleo)	Reforestar.	Plantas nativas para sembrar.	200,00
		Contratar mano de obra local	Contratar personal local en igualdad de genero	340,00
	Patrones culturales (estilos de vida)	Revitalizar la cultura. Capacitar al personal y talleres a la comunidad sobre micro emprendimientos turísticos. Explicar sobre la importancia y hacer participar a los turistas en actividades de Turismo sostenible (Plantar un árbol).	Plan de revitalización cultural Manuela de buenas prácticas para el turismo sostenible. Material didáctico para la charla.	1000,00 - 100,00
TOTAL				6440,00

E. ESTRUCTURA DEL MARCO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estudio administrativo

a. Formulación filosófica y estratégica de la empresa turística

1) Misión

Ofrecer a los turistas nacionales e internacionales una alternativa de alojamiento en un lodge temático andino mediante prácticas ancestrales relacionadas con la “Cosmovisión Andina”, el cual brinda servicios de calidad basados en la responsabilidad ambiental social y económica, beneficiando a la comunidad local y permitiendo de esta manera la revitalización y salvaguarda del patrimonio inmaterial en el ámbito de conocimientos y saberes ancestrales de la naturaleza y el universo.

2) Visión

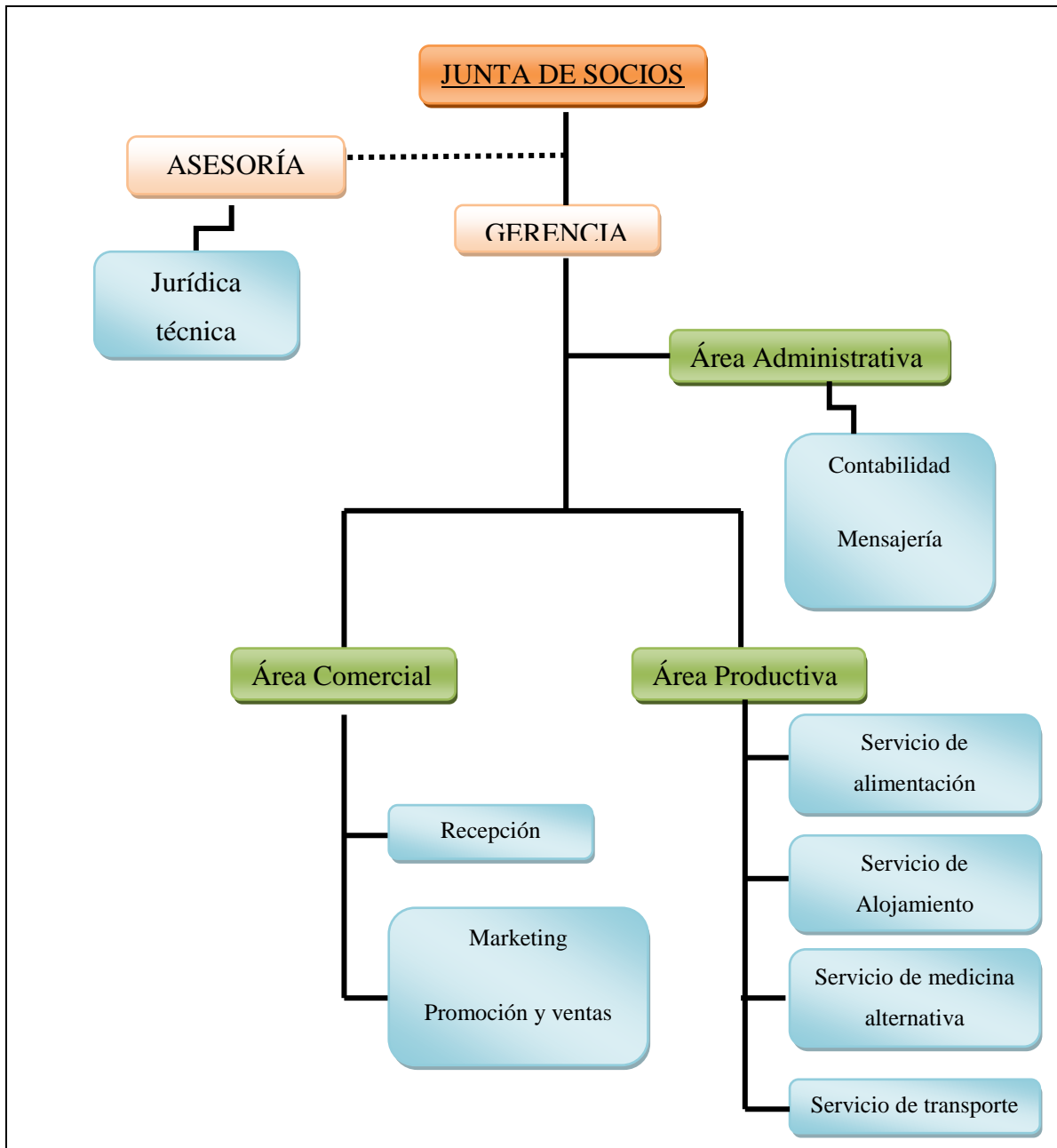
Ser una empresa líder e innovadora en el mercado de establecimientos de hospedaje en los Andes Centro, mediante la prestación del servicio de un lodge temático vinculado con los saberes y prácticas ancestrales de la cultura andina.

b. Estructura organizativa de la empresa

1) Estructura organizacional de la empresa

En base a la estructura organizativa de la empresa, se establecieron cuatro niveles, que deberán coordinar entre sí las actividades para el desarrollo exitoso del lodge temático andino “PUÑUNA WASI”.

Gráfico N°28. Organigrama estructural del lodge temático andino “Puñuna Wasi”



Los niveles son:

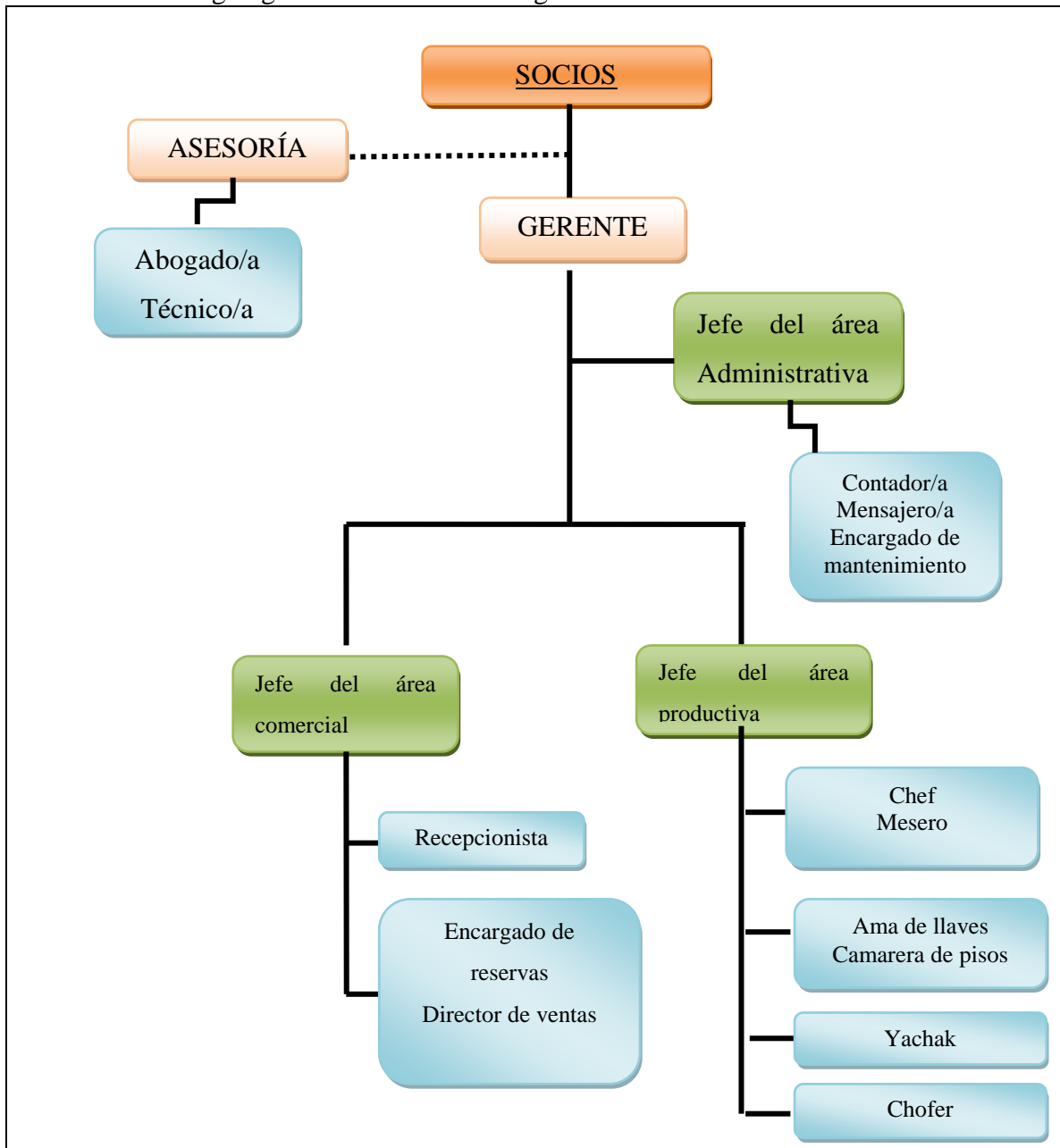
- Nivel Directo: conformado por la Junta de Socios.
- Nivel Administrativo: integrado por la gerencia.
- Nivel de Apoyo: en un nivel que va de acorde a las necesidades del proyecto en su fase de operación.

d) Nivel operativo: integrado por el personal que labora en las áreas productiva y comercial.

2) Estructura funcional de la empresa

En base a la estructura organizativa de la empresa se estableció el personal necesario que se deberá contar para el funcionamiento del lodge temático andino “PUÑUNA WASI”.

Gráfico N°29. Organigrama funcional del lodge temático andino “Puñuna Wasi”



c. Manual de funciones

Para lograr la calidad de los productos y servicios del sector turístico y de esta manera elevar la competitividad en el (**Anexo N° 7**) se detalla específicamente las competencias laborales del personal involucrado en el lodge temático andino “Puñuna Wasi”.

Tabla N°20. Competencias laborales para el personal del lodge “Puñuna Wasi”

Área	Competencia laboral
Área Administrativa	Gerente /administrador de la empresa de alojamiento
	Contador
	Mensajero
	Encargado de mantenimiento
Área Comercial	Recepcionista
	Encargado de reservas
Área Productiva	Chef de cocina
	Mesero
	Ama de llaves
	Camarera de pisos
	Yachak
	Conductor de transporte turístico terrestre

d. Reglamento para visitantes y empleados

1) Reglamento para visitantes

Este reglamento atiende los artículos del Código de Ética Mundial de la OMT, con el fin de salvaguardar los recursos naturales, culturales y sociales del patrimonio cultural. El fin es que la experiencia turística sea de calidad para el visitante y en bienestar de la comunidad anfitriona, así tenemos:

- a) Para aumentar el sentido de sus viajes, recabe información con anterioridad a su salida, sobre las características de la región a visitar, geografía, costumbres y cultura.

- b) Respete la fragilidad cultural, social y medio ambiental de la parroquia, adoptando los paquetes elaborados para esta zona.
- c) Respete la soledad y dignidad de los pobladores locales y demás visitantes de la zona.
- d) Camine siempre por los senderos definidos y señalizados para el uso turístico.
- e) Apoye los programas de fortalecimiento cultural propuestos por la comunidad local.
- f) En lo posible, use medios de transporte ambientalmente sanos, la propuesta es que visite los atractivos más cercanos al lugar como el nevado Chimborazo entre otros.
- g) Aporte con críticas constructivas de los servicios que se ofertan en el libro de comentarios de los visitantes.
- h) Ayude a fomentar con su proceder, a la conservación de energía y del medio ambiente, a la protección del agua y aire, al reciclaje de materiales, al manejo de desechos y materiales tóxicos al control del ruido.

2) Reglamento para empleados

- a) La calidad de servicio que se ofrece a los visitantes debe ser óptima.
- b) Al elaborar y planificar las actividades tomar en cuenta la conservación de los servicios ecosistemas en donde se planea desarrollar y buscar un desarrollo sustentable de nuestra actividad.
- c) Capacitación continúa de los trabajadores con respecto a la labor y el área en la cual se desempeñan.
- d) Capacitación obligatoria para el personal en relaciones humanas.
- e) Cumplir con las normas de comportamiento y respeto a sus compañeros de trabajo.
- f) No fumar, ni beber en horas laborables.
- g) Puntualidad.
- h) Cumplir con las obligaciones asignadas.
- i) Brindar la mejor atención al cliente.
- j) El uso del teléfono será exclusivo para la oficina.
- k) No confiar a personas externas decisiones o estrategias internas de la empresa.
- l) Cumplir con el cronograma de uso de uniforme de trabajo.

e. Talento humano y remuneración económica

A continuación se detalla el personal que laborará directamente en el lodge temático andino “Puñuna Wasi” con sus respectivos salarios con los beneficios de ley.

Cuadro N°63. Talento humano y remuneración económica para el lodge

				BENEFICIOS DE LEY				
CARGO	N°	SALARIO MENSUAL ¹²	SALARIO ANUAL	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE IESS	REMUNERACIÓN ANUAL TOTAL
				Isbu		8,33%	9,15%	
Gerente/ administrador	1	\$ 817,00	\$ 9804,00	\$ 340,00	\$408,50	\$612,50	\$897,07	\$12.062,07
Mensajero	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Recepcionista mañana	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Recepcionista tarde	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Encargado de Reservas	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Chef de cocina	1	\$ 600,00	\$ 7200,00	\$340,00	\$300,00	\$449,82	658,80	\$8.948,62

Mesero	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Ama de llaves	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Camarera de pisos	1	\$ 340,00	\$ 4080,00	\$ 340,00	\$170,00	\$254,90	\$373,32	\$5.218,22
Yachak	1	\$ 600,00	\$ 7200,00	\$340,00	\$300,00	\$449,82	658,80	\$8.948,62
Chofer	1	\$ 553,00	\$ 6636,00	\$ 340,00	\$276,50	\$414,58	\$607,19	\$8.274,27
							TOTAL ANUAL	\$ 74.761,12

CuadroN°64. Remuneración económica del personal no dependiente del lodge

CARGO	N°	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL
Contador /a	1	\$400,00	\$4800,00
Encargada de mantenimiento	1	\$300,00	\$3600,00
		TOTAL ANUAL	\$8400,00

2. Estudio legal

a. Tipo de empresa

Este establecimiento de alojamiento turístico se constituirá como una empresa privada, tipo microempresa civil de sociedad anónima que se fundamenta legalmente en las leyes de la república del Ecuador.

b. Constitución Política de la República del Ecuador

Considerando la Constitución Política vigente aprobada el 28 de septiembre del 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

6) Art. 3.- son deberes primordiales del estado:

a) Numeral 7.- Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

7) Art. 66.- se reconoce y garantizará a las personas,

a) Numeral 13.- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

b) Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

8) Art.83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de de otros previstos en la constitución y la ley:

a) Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

9) Art. 319.- Se reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales, públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas.

10) Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimara una gestión participativa, transparente, y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia, económica y social.

c. Ley de Turismo

Considerando la ley de turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se toma como referencia los siguientes artículos para el funcionamiento legal del proyecto turístico:

- 1) Art. 5.- se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:
 - a) **Alojamiento:**
 - b) Servicio de alimentos y bebidas;
 - c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
 - d) Operación, cuando las agencias de viajes proveen su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
 - e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y;
 - f) Casinos, salas de juego (bingo- mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

- 2) Art.8.- Para el ejercicio de las actividades turísticas se requieren obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

- 3) Art. 9.- El registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de las actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta ley. En el registro se establecerá la clasificación y la categoría que corresponda.

- 4) Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a las cuales esta Cartera de Estado les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

d. Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo

En el decreto Ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de Enero del 2004 se expide el Reglamento general de aplicación de la ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el funcionamiento legal del proyecto turístico:

- 1) Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

- a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

- 2) Art. 45.- quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de las actividades turísticas podrá ser realizadas por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art.5 de la Ley de Turismo.

- 3) Del registro único de turismo

- a) Art.47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el Art.5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y , cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

- b) Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

4) De la licencia única anual de funcionamiento

- a) Art. 55.- Requisito previo por la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se otorgue y los sesenta días del año siguiente.
- b) Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento: A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expendido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el Art. 10 de la Ley de Turismo.
- c) Art. 60.- Pago de la licencia: El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

e. Reglamento general de Actividades Turísticas

Considerando el reglamento general de Actividades Turísticas determinado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002; se ha tomado como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 1.- Alojamiento.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

2) Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

a) Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros

i. Subgrupo 1.1 Hoteles

i) Hotel (de 5 a 1 estrella dorada)

ii) Hotel Residencia (de 4a 1 estrella doradas)

iii) Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrella doradas)

ii. Sub grupo 1.2 Hostales y Pensiones

i) Hostales (de 3 a 1 estrella plateada)

ii) Hostal Residencia (de 3 a 1 estrella plateada)

iii) Pensiones (de 3 a 1 estrella plateadas)

iii. Sub grupo 1.3 Hosterías, Moteles, Refugio y Cabañas

i) Hosterías (de 3 a1 estrella plateadas)

ii) Moteles (de 3 a1 estrella plateadas)

iii) Refugios (de 3 a1 estrella plateadas)

iv) Cabañas (de 3 a1 estrella plateadas)

b) Grupo 2.- Alojamientos Extra hoteleros

i. Subgrupo 2.1 Complejo vacacionales (de 3 a1 estrella plateadas)

ii. Subgrupo 2.2 Campamentos (de 3 a1 estrella plateadas)

iii. Subgrupo 2.3 Apartamentos (de 3 a1 estrella plateadas)

En la publicidad, correspondiente, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

3) Hosterías, Refugios, Moteles y Cabañas

- a) Art. 26.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación público en general, en edificaciones individuales por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

- b) Art.27.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:
 - i. De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción.
 - ii. Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
 - iii. En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
 - iv. Botiquín de primeros auxilios.

- c) Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles y cabañas.- Las hosterías, moteles y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrativo.

f. Requisitos Legales

Para poder constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes tramites:

- 1) Registro Único de Contribuyentes.-** Para obtener en R.U.C de personas jurídicas se requiere:
 - a) Formulario R.U.C 01----- a lleno con los datos de la compañía.
 - b) Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.

- c) Original y copia del nombramiento del representante legal.
- d) Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- e) Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de R.U.C.

2) Patente Municipal.- cuyos requisitos son:

- a) Formulario de patente de actividades económicas (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas N°.- 14: \$20).
- b) Original y copia de la cédula y papeleta de votación.
- c) Original y copia de R.U.C.
- d) Copia permiso del cuerpo de bomberos.
- e) Copia de la acta de Constitución de la empresa.
- f) Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año).
- g) En caso de inscripción para obtener la patente para personas jurídicas por primera vez, presentar:
 - i. Formulario de declaraciones del impuesto de patentes, original y copia.
 - ii. Escritura de constitución de la compañía original y copia.
 - iii. Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
 - iv. Copia de la cédula de ciudadanía.

3) Permiso sanitario.- Para poder obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b) Comprobante de pago de patente del año.
- c) Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- d) Certificado (s) de salud.
- e) Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- f) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4) Registro Actividad Turística.- Las personas naturales o jurídicas para registrarse y calificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina del Registro Mercantil.
- c) Copia del R.U.C.
- d) Copia de la cédula de identidad.
- e) Copia de la papeleta de votación.
- f) Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrado la razón o denominación social o nombre comercial de la solicitud.
- g) Registro único de contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o Extranjera solicitante.
- h) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- i) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- j) Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

5) Licencia Anual de Funcionamiento.- Para la obtención de la Licencia Anual de Funcionamiento los requisitos son:

- a) Solicitud de Registro en el Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- c) Patente Municipal actualizada.
- d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (este trámite es opcional).
- e) Copia certificada del RUC.
- f) Lista de precios del establecimiento turístico

g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

6) Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.- Para la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial se debe recalcar que su afiliación es opcional, se necesita los siguientes requisitos:

- a) Copia de la cédula de identidad del representante legal de la empresa.
- b) Copia del certificado de votación.
- c) R.U.C.
- d) Patente municipal.
- e) Registro del Ministerio de Turismo.
- f) Dos fotos tamaño carnet.

g. Costos de los trámites pertinentes

Cuadro N°65. Gastos de constitución, patentes y licencias del lodge

Gastos	Detalle	Valor
De constitución	Estatuto de constitución	\$ 300,00
	Elevación escritura registro	\$500,00
	Registro nombramiento legal	\$200,00
	Apertura de cuenta del Banco Nacional de Fomento	\$800,00
	IEPI	\$150,00
	Otras instituciones	\$300,00
De permisos, patentes y licencias	Registro del MINTUR	\$74,00
	Permiso sanitario	\$210,00
	Licencia anual de funcionamiento	\$100,00
	Otras instituciones	\$50,00
TOTAL		\$2.684,00

h. Permisos, obligaciones patronales, tributarias y contribuciones pertinentes del lodge

A continuación se detalla todos los permisos y las obligaciones (patronales, tributarias y contribuciones) que el establecimiento debe realizar durante el año fiscal para estar el día con los distintos trámites y no tenga dificultades con su funcionamiento.

Tabla N°21. Permisos para el adecuado funcionamiento del lodge

Permisos	A quien se debe pagar y/o cumplir la obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Solo una vez	P. Natural y Jurídicas
Licencia Única de Funcionamiento Turismo	Ministerio de Turismo/ Municipios	Anual	P. Natural y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio de Salud	Anual	P. Natural y Jurídicas
Certificados de Salud empleados	Ministerio de Salud	Anual	P. Natural y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Natural y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Natural y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Natural y Jurídicas

Tabla N°22. Obligaciones tributarias para el adecuado funcionamiento del lodge

Obligaciones tributarias	A quien se debe pagar y/o cumplir la obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Declaración de impuesto a la renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Natural y Jurídicas
Anexos Impuesto a las Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Natural
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Julio/ Septiembre	P. Natural y Jurídicas
Retención en la Fuente – Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Natural y Jurídicas

Impuesto al valor agregado –IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Impuesto consumos especiales – ICE	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Anexos transaccionales (IVA/ICE/RENTA)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Declaración patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Natural

Tabla N°23. Obligaciones patronales para el adecuado funcionamiento del lodge

Obligaciones patronales	A quien se debe pagar y/o cumplir la obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Décimo cuarto sueldo	Empleados	Anual	P. Natural y Jurídicas
Presentar plantilla de pago 14vo. sueldo	Ministerio de Trabajo	Anual	P. Natural y Jurídicas
Décimo tercer sueldo	Empleados	Anual	P. Natural y Jurídicas
Presentar plantilla de pago 13vo. sueldo	Ministerio de Trabajo	Anual	P. Natural y Jurídicas
Fondos de reserva	IESS	Anual	P. Natural y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados		
Presentar planilla de pago 15% utilidades	Ministerio de Trabajo	Anual	P. Natural y Jurídicas
Uniformes para el personal	Empleados	Anual	P. Natural y Jurídicas
Remuneración a los empleados	Empleados	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Aportes Seguro Social de los empleados	IESS	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Aplicar porcentaje de discapacitados en nómina	Ministerio de Trabajo	Permanente	P. Natural y Jurídicas

Tabla N°24. Otras contribuciones y obligaciones para el adecuado funcionamiento del lodge

Otras contribuciones y obligaciones	A quien se debe pagar y/o cumplir la obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Contribución 1x mil a los activos fijos	Ministerio de Turismo	Anual	P. Natural y Jurídicas
Contribución 1x mil a los activos reales	Superintendencia Compañías	Anual	P. Jurídicas
Presentar balances	Superintendencia Compañías	Anual	P. Jurídicas
Impuesto a los activos totales (1,5x mil)	Municipios	Anual	P. Natural y Jurídicas
Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Natural y Jurídicas
Matriculación de vehículo	Jefatura de Tránsito		P. Natural y Jurídicas
Contratar SOAT para vehículos	Aseguradoras calificadas	Anual	P. Natural y Jurídicas
Derechos autores y compositores	SAYCE	Anual	P. Natural y Jurídicas
Derechos productores fonogramas	SOPROFON	Anual	P. Natural y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Agua potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Energía eléctrica	Empresa Eléctrica	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Reportes estadísticos	Ministerio Turismo	Mensual	P. Natural y Jurídicas
Reporte de huéspedes	Varias instituciones	Diario	P. Natural y Jurídicas
Impuesto a los espectáculos públicos	Municipios	Ocasional	P. Natural y Jurídicas

F. ESTUDIO ECONÓMICO

1. Viabilidad económica

a. Inversiones del proyecto

Cuadro N°66. Inversiones del proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
ACTIVOS FIJOS			\$ 528.651,61
Terreno	\$ 51.600,00		\$ 51.600,00
Edificaciones y construcciones		\$ 416.804,11	\$ 416.804,11
Vehículo de trabajo		\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Máquinas y equipos		\$ 8.060,00	\$ 8.060,00
Equipos de computación y electrónicos		\$ 950,00	\$ 950,00
Muebles y enseres		\$ 25.311,00	\$ 25.311,00
U tensillos		\$ 1.226,50	\$ 1.226,50
Menaje de habitaciones, restaurante, recreación		\$ 4.700,00	\$ 4.700,00
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 7.988,00
Gastos de constitución		\$ 2.658,00	\$ 2.658,00
Gastos de promoción		\$ 5.330,00	\$ 5.330,00
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 84.286,82
Materia prima (víveres y otros)		\$ 1.091,20	\$ 1.091,20
Materiales, insumos		\$ 34,50	\$ 34,50
Mano de obra directa (Talento Humano)		\$ 74.761,12	\$ 74.761,12
Mano de obra indirecta (Talento Humano)		\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
TOTAL	\$ 51.600,00	\$ 569.326,43	\$ 620.926,43

*Talento Humano está tomado para el primer año

b. Fuentes y usos del proyecto

Cuadro N°67. Fuentes y usos del proyecto

RUBROS	RECURSO PROPIO	PRESTAMO	USOS DE FONDOS
ACTIVOS FIJOS			\$ 528.651,61
Terreno	\$ 51.600,00		\$ 51.600,00
Edificaciones y construcciones		\$ 416.804,11	\$ 416.804,11
Vehículo de trabajo		\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Máquinas y equipos		\$ 8.060,00	\$ 8.060,00
Equipos de computación y electrónicos		\$ 950,00	\$ 950,00
Muebles y enseres		\$ 25.311,00	\$ 25.311,00
U tensillos		\$ 1.226,50	\$ 1.226,50
Menaje de habitaciones, restaurante, recreación		\$ 4.700,00	\$ 4.700,00
ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 7.988,00
Gastos de constitución		\$ 2.658,00	\$ 2.658,00
Gastos de promoción		\$ 5.330,00	\$ 5.330,00
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 84.286,82
Materia prima (víveres y otros)		\$ 1.091,20	\$ 1.091,20
Materiales, insumos		\$ 34,50	\$ 34,50
Mano de obra directa (Talento Humano)		\$ 74.761,12	\$ 74.761,12
Mano de obra indirecta (Talento Humano)		\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
TOTAL	\$ 51.600,00	\$ 569.326,43	\$ 620.926,43

c. Cálculo de depreciaciones

Cuadro N°68. Cálculo de depreciaciones

DETALLE	VALOR DEL BIEN	% DEPRE.	DURACION DEL PROY	AÑOS POR LEY	DEPRE. ANUAL	VALOR SALVAMENTO	VALOR DEPRECIACION
Edificaciones y construcciones	\$ 416.804,11	5	5	20	\$ 20.840,21	\$ 312.603,08	\$ 104.201,03
Vehículo de trabajo	\$ 20.000,00	20	5	5	\$ 4.000,00	\$ 0,00	\$ 20.000,00
Máquinas y equipos	\$ 8.060,00	10	5	10	\$ 806,00	\$ 4.030,00	\$ 4.030,00
Equipos de computación	\$ 950,00	33	5	3	\$ 316,67	\$ 0,00	\$ 1.583,33
Muebles y enseres	\$ 25.311,00	10	5	10	\$ 2.531,10	\$ 12.655,50	\$ 12.655,50
Utensillos y Accesorios	\$ 5.926,50	10	5	10	\$ 592,65	\$ 2.963,25	\$ 2.963,25
TOTAL					\$ 29.086,62	\$ 332.251,83	\$ 145.433,11

Cuadro N°69. Porcentajes de depreciación de acuerdo a los activos fijos.

Activos Fijos	% Anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipo de cómputo y software	33%

FUENTE: Datos del SRI, 2014

d. Amortización de los activos diferidos

Cuadro N°70. Amortización de los activos diferidos

DIFERIDO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 7.988,00	\$ 1.597,60	\$ 1.597,60	\$ 1.597,60	\$ 1.597,60	\$ 1.597,60
Gastos de constitución	\$ 2.658,00	\$ 531,60	\$ 531,60	\$ 531,60	\$ 531,60	\$ 531,60
Gastos de promoción	\$ 5.330,00	\$ 1.066,00	\$ 1.066,00	\$ 1.066,00	\$ 1.066,00	\$ 1.066,00

e. Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- a. Préstamo \$ 569326,43
- b. Plazo 5 años
- c. Capitalizable anual
- d. Interés 10%

Cuadro N°71. Cálculo del pago de la deuda

PERIODO	CAPITAL PRESTADO	INTERES 10%	CAPITAL PAGO	CUOTA PAGO	SALDO
1	569326,43	56932,64	113865,29	170797,93	455461,14
2	455461,14	45546,11	113865,29	159411,40	341595,86
3	341595,86	34159,59	113865,29	148024,87	227730,57
4	227730,57	22773,06	113865,29	136638,34	113865,29
5	113865,29	11386,529	113865,286	125251,815	0
TOTAL		170797,93	569326,43	740124,36	

f. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Cuadro N°72. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO DE PRODUCCION					
Materia Prima	\$ 1.091,20	\$ 1.144,12	\$ 1.199,61	\$ 1.257,79	\$ 1.318,80
Insumos	\$ 34,50	\$ 36,17	\$ 37,93	\$ 39,77	\$ 41,70
Estudio(Ambiental)	\$ 6.440,00	\$ 6.752,34	\$ 7.079,83	\$ 7.423,20	\$ 7.783,23
Imprevistos 10%	\$ 756,57	\$ 793,26	\$ 831,74	\$ 872,08	\$ 914,37
SUBTOTAL	\$ 8.322,27	\$ 8.725,90	\$ 9.149,11	\$ 9.592,84	\$ 10.058,09
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	\$ 83.161,12	\$ 90.645,62	\$ 98.803,73	\$ 107.696,06	\$ 117.388,71
Servicios básicos	\$ 3.806,40	\$ 3.991,01	\$ 4.184,57	\$ 4.387,53	\$ 4.600,32
Útiles de aseo	\$ 671,00	\$ 703,54	\$ 737,67	\$ 773,44	\$ 810,95
Depreciaciones	\$ 29.086,62	\$ 29.086,62	\$ 29.086,62	28769,9555	28769,9555
SUBTOTAL	\$ 116.725,14	\$ 124.426,80	\$ 132.812,59	\$ 141.626,99	\$ 151.569,94
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses	\$ 56.932,64	\$ 45.546,11	34159,5858	22773,0572	11386,5286
SUBTOTAL	\$ 56.932,64	\$ 45.546,11	\$ 34.159,59	\$ 22.773,06	\$ 11.386,53
COSTOS DE VENTA					
Promoción	\$ 5.330,00	\$ 5.588,51	\$ 5.859,55	\$ 6.143,74	\$ 6.441,71
SUBTOTAL	\$ 5.330,00	\$ 5.588,51	\$ 5.859,55	\$ 6.143,74	\$ 6.441,71
TOTAL	\$ 187.310,06	\$ 184.287,32	\$ 181.980,83	\$ 180.136,62	\$ 179.456,26

g. Estructura de ingresos

Para la estructura de ingresos se procedió a realizar el siguiente cálculo: número de clientes por precio de producto.

Cuadro N°73. Número de clientes por año.

Número de clientes por año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	9512	9969	10447	10949	11474
Producto 2	2046	2144	2247	2355	2468
Precio por producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	25,00	26,50	28,09	29,78	31,56
Producto 2	85,00	90,10	95,51	101,24	107,31
Ingresos por año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Producto 1	237800,00	264167,26	293458,13	325996,77	362143,29
Producto 2	173910,00	193193,14	214614,40	238410,84	264845,83
TOTAL	411710,00	457360,40	508072,53	564407,61	626989,12

*Producto 1: Desayuno, visita huertos orgánicos, almuerzo, ceremonia andina, talleres artesanales.

*Producto 2: Desayuno, visita huertos orgánicos, plato fuerte, merienda, desayuno tradicional, ceremonia andina, talleres artesanales, hospedaje en habitación doble.

h. Estado de resultados

Cuadro N°74. Estado de resultados

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	411710,00	457360,40	508072,53	564407,61	626989,12
- Costos de producción	8322,27	8725,90	9149,11	9592,84	10058,09
(=) Utilidad Bruta	403387,73	448634,50	498923,42	554814,77	616931,03
-Costos de administración	116725,14	124426,80	132812,59	141626,99	151569,94
-Costos de ventas	5330,00	5588,51	5859,55	6143,74	6441,71
(=) Utilidad operativa	281332,59	318619,20	360251,28	407044,05	458919,39
-Costo financiero	56932,64	45546,11	34159,59	22773,06	11386,53
Activo diferido	531,60	531,60	531,60	531,60	531,60
(=) Utilidad neta antes de rep de utilidades	223868,34	272541,49	325560,10	383739,39	447001,26
- Reparto de utilidades 15%	33580,25	40881,22	48834,01	57560,91	67050,19
(=) Utilidad neta antes de impuestos	190288,09	231660,27	276726,08	326178,48	379951,07
- Impuestos 25%	47572,02	57915,07	69181,52	81544,62	94987,77
(=) Utilidad neta	142716,07	173745,20	207544,56	244633,86	284963,30

i. Balance General

Cuadro N°75. Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (capital de trabajo)	84.957,82	38.049,63	44.289,60	50.632,86	57.081,23	63.641,94
Activo fijo	528.651,61	115.818,00	115.818,00	115.818,00	115.818,00	115.818,00
Depreciación acumulada	0	29.086,62	29.086,62	29.086,62	28.769,96	28.769,96
Ac. diferi (valor anual de amort)	531,60	531,60	531,60	531,60	531,60	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	614.141,03	125.312,61	131.552,58	137.895,84	144.660,87	150.689,98
Pasiv. corr (intereses)		56.932,64	34.159,59	22.773,06	11.386,53	0,00
Pasiv. Largo p. (préstamo)	113.865,29	113.865,29	113.865,29	113.865,29	113.865,29	0,00
Patrimonio	51.600,00	165.465,29	279.330,57	393.195,86	507.061,14	507.061,14
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		142.716,07	173.745,20	207.544,56	244.633,86	284.963,30
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	165.465,29	478.979,28	601.100,64	737.378,76	876.946,82	792.024,45

j. Cálculo del flujo de caja del proyecto

Cuadro N°76. Cálculo del flujo de caja

RUBROS		AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		411.710,00	457.360,40	508.072,53	564.407,61	626.989,12
+	VALOR SALVAMENTO						
-	COST. PRODUCC.		8.322,27	8.725,90	9.149,11	9.592,84	10.058,09
-	COSTOS. ADMINIS.		116.725,14	124.426,80	132.812,59	141.626,99	151.569,94
-	COSTOS VENTAS		5.330,00	5.588,51	5.859,55	6.143,74	6.441,71
-	COSTOS FINANCIEROS		56.932,64	45.546,11	34.159,59	22.773,06	11.386,53
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		531,60	531,60	531,60	531,60	531,60
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		223.868,34	272.541,49	325.560,10	383.739,39	447.001,26
-	REPARTO UTILIDADES		33.580,25	40.881,22	48.834,01	57.560,91	67.050,19
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		190.288,09	231.660,27	276.726,08	326.178,48	379.951,07
-	IMPUESTO		47.572,02	57.915,07	69.181,52	81.544,62	94.987,77
=	UTILIDAD NETA		142.716,07	173.745,20	207.544,56	244.633,86	284.963,30

+	DEPRECIACIONES		29.086,62	29.086,62	29.086,62	28.769,96	28.769,96
-	INVERSIONEN MAQ. Y EQ.	8.060,00					
-	INV. TERRENO Y OBRA FISICA	468.404,11					
-	OTROS ACTIVOS	52.187,50					
-	INV. ACT. DIFERIDO	531,60					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	84.957,82					
-	AMORT. PRESTAMO		113.865,29	113.865,29	113.865,29	113.865,29	113.865,29
	FLUJO DE CAJA	-614.141,03	285.667,98	316.697,11	350.496,47	387.269,10	427.598,54

k. Cálculo del punto de equilibrio

Cuadro N°77. Punto de equilibrio para el producto 1

Precio de venta	\$ 25,00
Costo de producción unitario	\$ 12,50
Costos fijos	\$ 123.118,34
Depreciación	\$ 29.086,62

Unidades en punto de equilibrio	12.176
Ingresos en punto de equilibrio	\$ 304.409,93

Cuadro N°78. Punto de equilibrio para el producto 2

Precio de venta	\$ 85,00
Costo de producción unitario	\$ 42,50
Costos fijos	\$ 123.118,34
Depreciación	\$ 29.086,62

Unidades en punto de equilibrio	3.581
Ingresos en punto de equilibrio	\$ 304.409,93

2. Evaluación financiera

Cuadro N°79. Evaluación financiera

Valor Presente Neto (VPN)	\$ 468.005,18
Tasa Interna de Retorno (TIR)	45,27%
Relación Beneficio-Costo	\$ 2,88

Cuadro N°80. Periodo de recuperación del capital

Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto descontado @ 15 %	\$ 0,00	\$ 190.288,09	\$ 231.660,27	\$ 276.726,08	\$ 326.178,48	\$ 379.951,07
Periodo de recuperación del capital	(\$ 614.141,03)	(\$ 423.852,94)	(\$ 192.192,67)	\$ 84.533,41	\$ 410.711,89	\$ 790.662,97

Una vez realizada la evaluación financiera se tiene un VAN de \$ 468.005,18 lo cual es positivo, ya que se generaran ganancias.

La relación beneficio costo es de \$ 2,88 es decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de de \$ 1,88 dólares.

La tasa interna de retorno es del 45,27% en relación con el 5% que es la tasa pasiva de los bancos, es decir que si se invierte en el proyecto la ganancia es considerable en relación con la ganancia del banco.

El periodo de recuperación del capital invertido en el capital es de 2,5 años después de que arranque el proyecto.

VI. CONCLUSIONES

1. Existe factibilidad para la implementación del lodge temático andino en la parroquia San Juan debido a que existe la viabilidad comercial, técnica, socio ambiental, administrativo legal y económica financiera.
2. Existe potencial turístico del patrimonio cultural inmaterial, debido a que existe una gran memoria ancestral en el Ámbito de “Usos sociales, rituales y actos festivos”, dentro del Subámbito de “Fiestas”, ya que este presenta la mayoría de manifestaciones expresiones culturales, las cuales se han mantenido vigentes gracias a que las mismas están depositadas en las personas más ancianas de las comunidades.
3. Existe potencial turístico de la parroquia San Juan puesto que solo el nevado Chimborazo alcanza una jerarquía de IV, lo cual evidencia que el área de estudio sea un producto turístico clave para la visita de turistas nacionales y extranjeros actuales y potenciales.
4. Existe viabilidad comercial para la implementación del lodge temático andino, debido a que existe una aceptación media de este servicio turístico por parte de los turistas nacionales en un 66% y una aceptación alta de los extranjeros en un 79%.
5. El proyecto tiene viabilidad técnica por lo que la capacidad instalada va de acuerdo a las áreas de servicios turísticos que desean los turistas nacionales y extranjeros, determinándose así la construcción de 10 habitaciones con una capacidad para 16 plazas, una área de restaurant para 40 plazas, una sala de exposición artesanal, un centro ceremonial y una área de huertos orgánicos, todo esto en una área de 8600 m² de terreno.
6. El proyecto tiene viabilidad ambiental por que el impacto que provocaría la implementación del lodge no es significativo (7%), para lo cual se han plantean alternativas de mitigación como: capacitaciones de buenas prácticas y reforestación
7. El proyecto tiene viabilidad administrativa legal ya que para el funcionamiento del establecimiento de alojamiento turístico se constituirá una empresa privada, tipo

microempresa civil de sociedad anónima que se fundamenta legalmente en la marco jurídico nacional.

8. El estudio económico y financiero del presente proyecto muestra la viabilidad y rentabilidad económica, ya que el proyecto presenta un valor actual neto positivo de \$468.005,18, con una tasa interna de retorno del 45,27%, el periodo de recuperación del capital es de 2,5 años después de que arranque el proyecto, la relación costo- beneficio es de 2,88 lo que significa que por cada dólar invertido se gana 1,88 centavos.

VII. RECOMENDACIONES

1. Para poder mantener vivo el patrimonio inmaterial es necesario que la sociedad principalmente la juventud participe en los procesos de recuperación del patrimonio inmaterial en donde se pueda salvaguardar el conocimiento para las futuras generaciones.
2. En la parroquia San Juan existe un gran potencial turístico por lo que es necesario que las entidades tanto públicas como privadas aporten para que el turismo se concierta en una verdadera herramienta de desarrollo local, a través del cual se pueda dar a conocer a los visitantes las diferentes actividades que se pueden desarrollar en el lugar.
3. Es indispensable que se incorpore a la población local, puesto que el éxito total de la empresa será reflejado cuando se alcance un paulatino desarrollo turístico en la zona el cual dinamice la economía, fortalezca las relaciones intersectoriales, mejore la productividad, y se emprenda nuevas ideas de proyectos.
4. Gestionar el apoyo gubernamental a través de instituciones del estado como el Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional, Ministerio de Turismo, Ministerio de Relaciones Laborales a su vez establecer una fuente de coordinación que beneficie en cuanto a apoyo técnico, o económico mediante la dotación de créditos para el desarrollo de microempresas innovadoras.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un lodge temático andino en la parroquia san Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, mediante la elaboración del estudio de potencialidad turística, comercial, técnica, socio ambiental, administrativo legal, económica financiera; se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo. El estudio de potencialidad turística de la zona, permitió conocer el patrimonio cultural inmaterial, debido a que existe una gran memoria ancestral en el ámbito de usos social, ritual y actos festivos, dentro del subámbito de fiestas. El estudio de mercado definió el nivel de aceptación en un 66% de turistas nacionales y el 79% de turistas extranjeros están de acuerdo con la implementación del lodge, cuyos servicios son: alojamiento, alimentación, área de recreación y de un centro ceremonial. En función del perfil del turista se definió los requerimientos técnicos, se diseñó la construcción de 10 habitaciones, un área de restaurante con 40 plazas, sala de conferencias al aire libre, sala de museo y exposición artesanal, canchas de uso múltiple, juegos infantiles y un centro ceremonial. La empresa turística estará constituida como una microempresa de sociedad anónima. El análisis ambiental indica que existen 73 afectaciones positivas que conlleva el presente proyecto, esto le brinda la viabilidad ambiental al mismo. El estudio económico arroja las siguientes cifras; el valor actual neto es positivo de \$ 468.005,18 dólares, la TIR es de 45,27%. El periodo de recuperación del capital es de 2,5 años. La relación costo beneficio es de 2,88.

IX. SUMMARY

The present investigation was carried out to a feasibility study for implementation of an Andean themed lodge at San Juan town, Riobamba city, Chimborazo province. Through the study of tourism, trade, technical environment, managing legal, financial, socioeconomic and financial: it was technique used bibliographic and field research. The study of the area, allowed visibility of intangible cultural heritage, because there is a large ancestral memory in activity social use, rituals and festive events, such as the party. The study defined the level of acceptance by 66% domestic tourists and 79% foreign, agree with the implementation at lodge, whose services include accommodation, food, recreation area and a ceremonial center. In function of tourist profile was defined technical requirements construction 10 rooms, a restaurant 40 seats area, conference outdoor, living museum and handicraft exhibition, use multiple courts, play grounds and a redesign ceremonial center. The tourist company will be incorporated as a limited company micro enterprise. The environmental analysis indicates that there are 73 positive effects this project entails; this gives the same environmental sustainability. The economic study shows the following figures, the net present value is positive of \$ 468,005.18 USD, the IRR is 45.27%. The capital recovery period is 2.5 years. The benefit cost ratio is 2.88.

X. BIBLIOGRAFÍA

- 1) Baca Urbina, 1999. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición, Editorial: Mc Graw Hill, México. P 32
- 2) Freile, J. Reserva de Producción Faunística de Chimborazo (en línea). Consultado 15 nov. 2013. Disponible en <http://desa-idea.ambiente.gob.ec/mae3/sites/default/files/archivos/PUBLICACIONES/BIODIVERSIDAD/GuiaInterpretativa/chimborazo.pdf>
- 3) HOTELES, 2013. Concepto de Lodge. Consultado el 14 de Mayo del 2013. Disponible en: <http://hoteles365sit.wordpress.com/2011/02/18/que-es-un-lodge>.
- 4) INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador), 2010. “Revista Patrimonio” N° 9.
- 5) INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural), 2009, Revista “El Patrimonio Cultural Presente en el Desarrollo de los Pueblos”.
- 6) INPC, 2011. Metodología de inventarios. Instructivo para fichas de registro e inventario (Archivo digital). P157-164.
- 7) MINTUR, 2004. Turismo cultural (en línea). Consultado el 21 de Mayo del 2013. Disponible en <http://www.turismo.gob.ec/>
- 8) MINTUR. 2002. “Reglamento General de Actividades Turísticas”. Decreto N 3400.R/O726 del 17 de Diciembre del 2002.
- 9) MINTUR. 2004. “Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos” 2,31 p.
- 10) MINTUR. 2008. “PLANDETUR 2020, Plan estratégico de desarrollo del turismo Sostenible de Ecuador”.
- 11) Muñoz, E. s.f. Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectoP.

- 12) Organización Mundial del Turismo, 1991. Conferencia Internacional de “Estadísticas de Turismo y Viajes”, Ottawa, Canadá.
- 13) Organización mundial de turismo (omt). 2004. Desarrollo sostenible del turismo (en línea). Consultado 21 Mayo del 2013. Disponible en: <http://www.manizales.unal.edu.co/modules/ununesco/admin/archivos/developososteniblelurismo.pdf>.
- 14) Plan estratégico de desarrollo de turismo en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”.
- 15) Sierra, R. (Ed.). 1999. Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental. Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y EcoCiencia. Quito, EC.
- 16) Tipos de variables (en línea). Consultado 25 mayo 2013. Disponible en http://www.ditutor.com/estadistica/variables_tipos.html.
- 17) UNESCO, 2010. Patrimonio Cultural (en línea). Consultado el 14 de Mayo del 2012. Disponible en <http://www.unesco.org/new/es/unesco/> Varela, 2010 “Estudio de factibilidad” Consultado el 14 de Mayo del 2013. Disponible en: <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

XI. ANEXOS

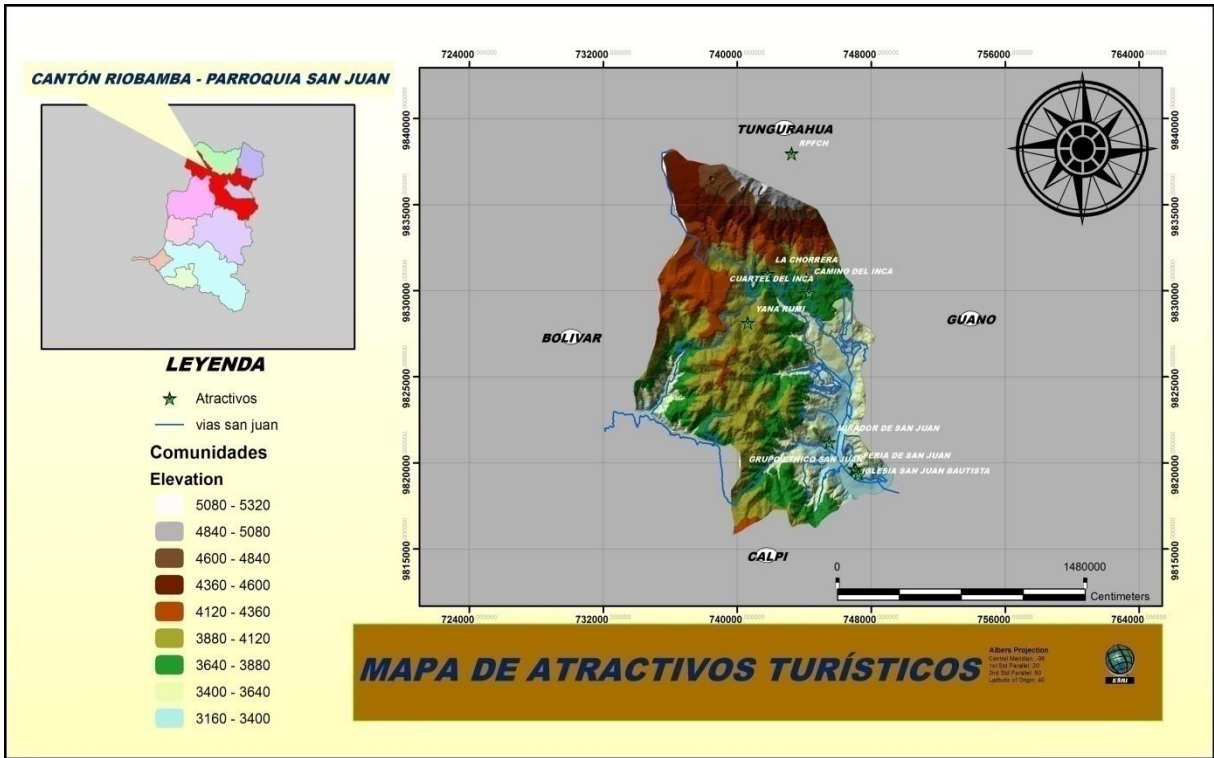
Anexo 1. *Ficha de Registro e inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial INPC 2011.*

FICHA DE INVENTARIO		CÓDIGO	
		IM-06-01-01-001-13-0001	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia:		Cantón:	
Parroquia:		Localidad:	
Coordenadas X(Este)		Y(Norte)	
Altitud:			
FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
Descripción de la fotografía:			
Código fotográfico:			
DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
		D1	
		D2	
Grupo social		Lengua (s)	
		L1	
		L2	
Subámbito		Detalle del Subámbito	
DESCRIPCIÓN			
Fecha o período		Detalle de la periodicidad	
	Anual		
	Continua		
	Ocasional		
	Otro		

Alcance		Detalle del alcance			
	Local				
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Uso simbólico		Detalle del uso simbólico			
	Ritual				
	Festivo				
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Tiempo de actividad	Función	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Sensibilidad al cambio					

	Alta				
	Media				
	Baja				
INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Subámbito		Detalle del Subámbito	Código / nombre	
DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora:					
Fecha de registro:					
Registrado e inventariado por:					
Revisado por:					

Anexo 2. Mapa de atractivos turísticos de la parroquia San Juan



Anexo 3. Modelo de encuesta aplicada a turistas de habla hispana

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

Estimado turista, esta encuesta es para conocer su interés en la implementación de un lodge temático andino en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, por lo tanto la información que nos proporciona es completamente anónima para lo cual le pedimos muy comedidamente que conteste las siguientes preguntas.

Elaborado: Wilmer Gusniay. P

1. Edad..... años

2. Género: Masculino () Femenino ()

3. ¿Dónde vive en la actualidad? Ciudad.....

4. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria () Secundaria () Superior () Post- grado ()

5. ¿Con cuántas personas suele realizar sus salidas o paseos?

Solo () Entre 2 personas ()

Entre 3 a 5 personas () Más de 5 Personas ()

6. ¿Cuál es su motivación para realizar sus viajes?

Vacaciones ()

Visita a familiares/ Amigos ()

Congreso/ convención ()

Negocios/ Trabajo ()

7. ¿Cuántos días permanece en el lugar de visita?

- 1 día () 2 días ()
- 3 días () Mas de 3 días ()

8. ¿Le gustaría en su visita al nevado Chimborazo contar con los servicios de un lodge temático andino?

- Si () No ()

9. En caso de ser afirmativa la pregunta anterior ¿Qué tipo de servicios le gustaría que preste este lodg?

- Hospedaje () Visita a huertos orgánicos ()
- Gastronomía andina () SPA Andino ()
- Ceremonias andinas () Venta de artesanías ()
- Talleres artesanales () Talleres en agricultura orgánica ()

10. ¿Si el lugar le brinda hospedaje, alimentación, ceremonias andinas y Spa andino cuanto estimaría dispuesto a pagar?

- \$ 30-50 () \$ 50-80 () \$ 80-100 () Más de \$ 100 ()

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por alimentación y hospedaje en el lodge?

- \$ 10-20 () \$ 20-40 () \$ 40-60 () Más de \$ 60 ()

12. ¿Cómo acostumbra hacer sus pagos?

- Efectivo () Tarjeta de crédito ()

13. ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?

- Agencias de viajes () Prensa escrita ()
- Guía turística () Radio, Televisión ()

Internet ()

Otros / Especifique.....

14. ¿Qué tipo de actividades estaría dispuesto a realizar en lugar?

Ceremonias andinas ()

Talleres artesanales ()

Visita a huertas orgánicas ()

Cosecha de cebada ()

Técnicas artesanales ()

Deguste de la gastronomía del lugar ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

8. Would you like to visit the Chimborazo have the services of a thematic Lodge Andean theme?

Yes () No ()

9. In case of an affirmative previous question what kind of services would you like to pay this Lodge?

Lodging () Visit to organic orchards ()
 Andean Gastronomy () SPA's andino ()
 Andean Ceremonies () Craft sale ()
 Craft workshops () Workshops inorganic agriculture()

10. If the site provides slogging, food, SPA's Andean and Andean ceremonies estimate as willing to pay?

\$30-50 () \$ 50-80 () \$ 80-100 () Over\$ 100 ()

11. How much would dad person pay for food and lodging in the Lodge?

\$ 10-20 () \$ 20-40 () \$ 40-60 () Más de \$ 60 ()

12. How do you usually make your payments?

Cash () Credit Card ()

13. How do you get information about different tourist places?

Travel agencies () print media ()
 Tour guide () Radio, Television ()
 Internet() Other/Specify.....

14. What kind of activities would you be willing to do instead?

Andean Ceremonies () Craft workshops ()
 Visit organic gardens() Barley harvest ()
 Craftsmanship() Enjoy the cuisine of the place ()

THANKS FOR YOUR HELP!

Anexo 5. Recetas del menú a ofrecer en el lodge temático andino

a) Desayuno

Cuadro N°81. Receta 1

RECETA N° 1				
NOMBRE DE LA RECETA : Desayuno Tradicional				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$29,00
Agua	Litro	5	-	
Café	Cucharada	20	\$ 4,60	
Azúcar	Cucharada	60	\$ 2,80	
Huevos	Unidad	20	\$ 2,60	
Queso	Rodaja	20	\$ 5,00	Costo por porción \$ 1,45
Tortillas de maíz	Unidad	40	\$ 10,00	
Frutas	Unidad	20	\$ 4,00	

Cuadro N°82. Receta 2

RECETA N° 2				
NOMBRE DE LA RECETA : Desayuno Americano				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$37,75
Colada de machica	Litro	6	\$ 1,50	
Agua	Litro	5	-	
Café	Cucharada	20	\$ 4,60	
Azúcar	Cucharada	60	\$ 2,80	
Huevos	Unidad	20	\$ 2,60	Costo por porción \$ 1,90
Queso	Rodaja	20	\$ 5,00	
Tortillas de maíz	Unidad	40	\$ 10,00	
Mortadela	Rodaja	20	\$ 7,25	
Frutas	Unidad	20	\$ 4,00	

b) Acompañantes

Cuadro N°83. Receta 3

RECETA N° 3				
NOMBRE DE LA RECETA : Cariucho				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$17,50
Agua	Litro	6	-	
Choclos	Unidades	20	\$ 4,00	
Habas	Libras	5	\$ 2,50	
Papas	Unidades	40	\$ 5,00	
Rodajas de tomate	Unidad	5	\$ 1,00	
Queso	Rodaja	20	\$ 5,00	Costo por porción \$ 0,88

Cuadro N°84. Receta 4

RECETA N° 4				
NOMBRE DE LA RECETA : Mote pillo				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$6,90
Agua	Litro	6	-	
Mote	Libras	4	\$ 3,20	
Huevos	Unidades	10	\$ 1,30	
Leche	Litro	1	\$ 0,60	
Sal / Pimienta	Unidades	1	\$ 1,00	
Cebolla	Unidades	4	\$ 0,80	Costo por porción \$ 0,35

c) Ensaladas

Cuadro N°85. Receta 5

RECETA N° 5				
NOMBRE DE LA RECETA : Ensalada Fría				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$11,10
Aguacate	Unidades	5	\$ 2,50	
Lechuga	Unidades	4	\$ 1,60	
Tomates de carne	Unidades	10	\$ 2,00	
Cebolla colorada	Unidades	4	\$ 0,80	
Aceite	Cucharadas	4	\$ 1,00	

Cebolla blanca	Unidades	6	\$ 1,20	Costo por porción \$ 0,56
Cilantro	Unidades	2	\$ 0,40	
Limón	Unidades	4	\$ 0,25	
Mostaza	Cucharadas	4	\$ 1,00	
Azúcar	Cucharaditas	2	\$ 0,25	
Sal y pimienta	-	-	\$ 0,10	

Cuadro N°86. Receta 6

RECETA N° 6				
NOMBRE DE LA RECETA : Ensalada de verduras				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$12,95
Vainitas	Atado	5	\$ 2,50	
Pimienta	Unidades	4	\$ 1,60	
Arveja	Libra	5	\$ 4,00	
Zanahoria	Unidades	5	\$ 1,25	
Coliflor	Unidades	4	\$ 2,00	Costo por porción \$ 0,65
Mayonesa	Cucharadas	5	\$ 1,50	
Sal y pimienta			\$ 0,10	

d) Bebidas calientes**Cuadro N°87.** Receta 7

RECETA N° 7				
NOMBRE DE LA RECETA : Chocolate				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$6,40
Leche	Litro	5	\$ 4,00	
Chocolate	Libra	1	\$ 1,20	Costo por porción \$ 0,32
Azúcar	Libra	2	\$ 1,20	

Cuadro N°88. Receta 8

RECETA N° 8				
NOMBRE DE LA RECETA : Agua aromática con panela				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la

Bolsa de hiervas aromáticas	Unidad	20	\$ 1,60	receta \$3,10
Agua	Unidades	5	-	Costo por porción \$ 0,16
Panela	Unidad	1	\$ 1,50	

e) Bebidas frías

Cuadro N°89. Receta 9

RECETA N° 9				
NOMBRE DE LA RECETA : Chicha de quinua				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$5,05
Agua	Litro	5	-	
Panela	Unidades	1	\$ 1,50	Costo por porción \$ 0,25
Guayaba	Unidades	5	\$ 1,25	
Naranjilla	Unidades	5	\$ 1,25	
Quinua	Libra	1	\$ 0,80	
Canela	Rodajas	10	\$ 0,25	

Cuadro N°90. Receta 10

RECETA N° 10				
NOMBRE DE LA RECETA : Batido de guineo				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$6,60
Guineo	Unidad	10	\$ 2,00	
Leche	Unidades	5	\$ 4,00	Costo por porción \$ 0,33
Azúcar	Unidad	1	\$ 0,60	

f) Postre

Cuadro N°91. Receta 11

RECETA N° 11				
NOMBRE DE LA RECETA : Dulce de higo				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la
Higo	Unidades	20	\$ 2,00	

				receta \$3,75
Agua	Litros	6	-	Costo por porción \$ 0,19
Panela	Unidades	1	\$ 1,50	
Canela	Rodajas	10	\$ 0,25	

Cuadro N°92. Receta 12

RECETA N° 12				
NOMBRE DE LA RECETA : Torta de zanahoria				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$5,10
Zanahorias	Unidades	5	\$ 1,25	
Mantequilla	Cucharadas	3	\$ 0,75	
Huevos	Unidades	6	\$ 0,90	Costo por porción \$ 0,25
Harina	Libras	1	\$ 0,30	
Esencia de vainilla	Cucharaditas	1	\$ 0,20	
Nueces picadas	Taza	2	\$ 1,00	
Polvo de hornear	Cucharaditas	1	\$ 0,10	
Azúcar morena	Libra	1	\$ 0,60	

g) Platos fuertes nacionales**Cuadro N°93. Receta 13**

RECETA N° 13				
NOMBRE DE LA RECETA : Papas con cuy				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$63,25
Cuy	Unidad	5	\$ 60,00	
Papas	Libras	6	\$ 1,50	
Lechuga	Unidad	1	\$ 0,15	
Cebolla paiteña	Unidad	4	\$ 0,40	Costo por porción \$ 3,16
Tomate	Unidades	4	\$ 1,00	
Cilandro	Ramita	2	\$ 0,10	
Limón	Unidades	2	\$ 0,10	

Cuadro N°94. Receta 14

RECETA N° 14				
NOMBRE DE LA RECETA : Fritada de llama				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$38,45
Carne de llama	Libras	10	\$ 27,50	

Maduro	Unidades	20	\$ 5,00	Costo por porción \$ 1,92
Ajo	Unidad	10	\$ 0,25	
Cebolla paiteña	Unidad	4	\$ 0,40	
Pimiento	Unidades	4	\$ 1,00	
Cebolla blanca	Unidades	3	\$ 0,10	
Cilandro	Ramita	2	\$ 0,10	
Limón	Unidades	2	\$ 0,10	
Mote	Libras	5	\$ 4,00	

Cuadro N°95. Receta 15

RECETA N° 15				
NOMBRE DE LA RECETA : Trucha ahumada				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$46,80
Trucha	Libras	10	\$ 40,00	
Papas	Libras	10	\$ 5,00	Costo por porción \$ 2,34
Ajo	Unidad	10	\$ 0,25	
Pimiento	Unidades	4	\$ 1,00	
Cebolla blanca	Unidades	3	\$ 0,10	
Cilandro	Ramita	2	\$ 0,10	
Limón	Unidades	2	\$ 0,10	
Sal y pimienta	-	1	\$ 0,25	

h) Platos fuertes internacionales**Cuadro N°96. Receta 16**

RECETA N° 16				
NOMBRE DE LA RECETA : Plato milanesa				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$47,75
Lomo de res	Libras	15	\$ 38,00	
Huevos	Unidades	2	\$ 0,50	Costo por porción \$ 2,39
Papas	Libras	10	\$ 3,50	
Pan	Unidades	1	\$ 0,50	
Ajo	Unidades	3	\$ 0,50	
Arveja	Libras	1	\$ 2,00	
Zanahoria	Unidades	4	\$ 1,50	
Lechuga	Unidades	2	\$ 1,00	
Sal y pimienta	-	1	\$ 0,25	

Cuadro N°97. Receta 17

RECETA N° 17				
NOMBRE DE LA RECETA : Filetmignon				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$48,45
Lomo fino	Libras	10	\$ 40,00	
Papas	Unidad	10	\$ 2,50	
Arveja	Libras	4	\$ 3,20	Costo por porción \$ 2,42
Zanahoria	Unidades	3	\$ 1,00	
Rábano	Ramita	2	\$ 0,50	
Coliflor	Unidades	2	\$ 1,00	
Sal y pimienta	-	1	\$ 0,25	

i) Sopas**Cuadro N°98. Receta 18**

RECETA N° 16				
NOMBRE DE LA RECETA : Sopa de haba con queso				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$6,10
Harina de haba	Libra	2	\$ 1,60	
Queso	Unidad	1	\$ 2,50	
Zanahorias	Unidad	2	\$ 0,20	
Alverja	Libra	1	\$ 0,60	Costo por porción \$ 0,31
Papas	Libra	4	\$ 1,00	
Cilandro	Ramita	2	\$ 0,10	
Sal y pimienta	-	2	\$ 0,10	

Cuadro N°99. Receta 19

RECETA N° 17				
NOMBRE DE LA RECETA : Caldo de gallina criolla				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$29,00
Gallina criolla	Libras	10	\$ 25,00	
Alverjas	Libras	2	\$ 1,20	
Ajo	Unidad	5	\$ 0,25	
Zanahoria	Unidad	4	\$ 0,40	
Arroz	Unidades	1	\$ 0,65	
Cebolla blanca	Unidades	3	\$ 0,10	
Cilandro	Ramita	2	\$ 0,10	
Apio	Unidades	2	\$ 0,10	

Papas	Libras	4	\$ 1,00	Costo por porción \$ 1,45
Sal	-	2	\$ 0,20	

Cuadro N°100. Receta 20

RECETA N° 18				
NOMBRE DE LA RECETA : Sopa de quinua				PORCIONES: 20
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo total	Costo total de la receta \$12,50
Quinua	Libra	4	\$ 3,20	
Carne de chanco	Libra	4	\$ 7,20	
Zanahorias	Unidad	2	\$ 0,20	
Alverja	Libra	1	\$ 0,60	
Papas	Libra	4	\$ 1,00	Costo por porción \$ 0,63
Cilandro	Ramita	2	\$ 0,10	
Sal y pimienta	-	2	\$ 0,10	
Apio	Unidad	2	\$ 0,10	

Anexo. 6 Estructura del costo de habitación

Para obtener el valor de contribución por habitación se dividió el valor mensual por 300, que es el número de habitaciones que se dispone en un mes.

Cuadro N°101. Estructura del costo de habitación

Rubro	Valor Unitario
Costos Fijos	
Sueldos y salarios	\$ 8,26
Servicios básicos	\$ 1,06
Internet	\$ 0,67
Muebles y enseres	\$ 2,41
Menaje	\$ 0,37
Total	\$12,77
Costos Variables	
Servicios de lavandería	\$ 0,50
Suministro de limpieza	\$ 0,60
Suministro de huésped	\$ 7,50
Total	\$8,60
Subtotal costos fijos y variables	\$ 21,37
% Gatos de depreciación	\$ 2,35
Publicidad (Gasto por habitación)	\$ 5,00
Precio neto de producción	\$ 28,72
Utilidad (precio neto 30%)	\$ 8,62
Precio subtotal	\$ 37,34
% Gross (comisión 15%)	\$ 5,60
IVA 12%	\$ 4,48
Precio total	\$ 47,42

Anexo N°7. Manual de Funciones del lodge Puñuna Wasi

1) Área administrativa

Cuadro N°102. Manual de funciones del Gerente/administrador

Tipo del puesto	Gerente /administrador
Áreas de responsabilidad	Administrativa
Tiempo de trabajo	8 Horas por día
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrar la operación de la empresa desde el punto de vista de planeación, dirección, organización y funcionamiento. • Administrar el área financiera del establecimiento con el fin de maximizar los beneficios y la rentabilidad de la empresa. • Preparar, revisar, y aprobar presupuestos de las diferentes áreas con el fin de garantizar el uso, seguimiento y control de ingresos y egresos. • Promover políticas de mercadeo y venta local, nacional e internacional. • Ejecutar y apoyar políticas de manejo del recurso humano y selección de personal. • Ejercer control y seguimiento a las demás áreas que conforma la empresa. • Presentar propuestas generales variadas con el objetivo de mejorar la gestión y el funcionamiento de la empresa ante la junta directiva. • Propender y promover políticas de gestión de calidad en todas las áreas del establecimiento y especialmente en servicio al cliente y huéspedes que permitan el fortalecimiento de la imagen empresarial. • Fomentar el equilibrio de los procesos productivos y comerciales que suceden en la operación hotelera con el cuidado del entorno ecológico y responsabilidad social que de la actividad se genera, acorde con las normas de sostenibilidad. 	
Dependencia: Área administrativa	
Pago mensual: \$ 817,00	

Cuadro N°103. Manual de funciones del Contador(a)

Tipo del puesto	Contador (a)
Áreas de responsabilidad	Todas las áreas del lodge
Tiempo de trabajo	Sin horario
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar el inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de la empresa. • Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago. • Llenar los formularios propuestos por el SRI para su declaración. • Llevar el proceso contable de la empresa; este proceso deberá contener: plan de cuentas estado de situación inicial, libro diario, libro mayor, balance general, estados financieros, el ejercicio económico, análisis financiero, anexos (Libro de caja, libro bancos, conciliaciones bancarias). • Elaborar los estados financieros y presentar informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero de la empresa. • Responsable del pago de sueldos y salarios a los empleados del lodge. • Maneja transacciones de dinero en efectivo o cheques del lodge. 	
Dependencia: Área administrativa	
Pago mensual: \$ 400,00	

Cuadro N°104. Manual de funciones del Mensajero

Tipo del puesto	Mensajero (a)
Áreas de responsabilidad	Administrativa
Tiempo de trabajo	8 Horas por día
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cobra o cancela cuentas de documentos mercantiles de la empresa, como: pago de servicios básicos (luz, agua, teléfono), suministros, de materia prima insumos y otras obligaciones del lodge. • Presenta gastos con sus respectivos documentos de soporte 	

<ul style="list-style-type: none"> • Registra novedades • Despacha, recibe, registra, entrega los documentos que son relacionados con el Courier. • Debe estar en permanente contacto con los diferentes departamentos • Programar las actividades que deberá realizar a diario. • Verificar y asegurar el material y equipos necesarios para las actividades programadas.
Dependencia: Área administrativa
Pago mensual: \$ 340,00

Cuadro N°105. Manual de funciones del Encargado(a) de mantenimiento

Tipo del puesto	Encargado(a) de mantenimiento
Áreas de responsabilidad	Todas las áreas del lodge
Tiempo de trabajo	Sin Horario
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Probar el funcionamiento del equipo o la instalación. • Identificar el tipo y la magnitud del daño o defecto. • Determinar el presupuesto para la reparación. • Determinar el listado de repuesto o materiales, tiempo de reparación y la necesidad de ejecutar el mantenimiento. • Generar el reporte de daños y llenar la memoria técnica del equipo, habitación o área afectada. • Reparar fallas eléctricas. • Reparar fallas hidrosanitarias. • Reparar fallas mecánicas del lodge. • Reparar fallas telefónicas. • Hacer instalaciones provisionales. • Manejar y controlar existencia (stock) de materiales del área de mantenimiento. • Actuar como nexo entre las áreas de mantenimiento y ama de llaves. 	
Dependencia: Área administrativa	
Pago mensual: \$ 300,00	

2) Área comercial

Cuadro N°106. Manual de funciones del (a) Recepcionista

Tipo del puesto	Recepcionista
Áreas de responsabilidad	Caja de Recepción
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar facturas de compra de insumos al gerente • Coordinar el trabajo con el personal. • Supervisar el horario de trabajo del personal. • Planificación del trabajo y elección de los procedimientos a seguir. • Dar la bienvenida a los turistas y explicarles los servicios. • Registrar el ingreso del huésped (check in). • Acomodar al huésped en la habitación. • Controlar el acceso a las habitaciones. • Apoyar al huésped en caso que lo necesita. • Apoyar a la administración. • Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out). • Realizar trabajos de auditoría del lodge. • Entregar la recepción al turno correspondiente. • Cuidar el área de recepción. • Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento. • Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento. • Asegurar la satisfacción del cliente. 	
Dependencia: Área comercial	
Pago mensual: \$ 340,00	

Cuadro N°107. Manual de funciones del Encargado(a) de reservas

Tipo del puesto	Agente de ventas
Áreas de responsabilidad	Reservación
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender pedidos de reservas • Dar información por teléfono, e-mail, fax o carta sobre características, ventajas y beneficios, instalaciones, productos, y servicios adicionales, disponibilidad, tarifa, localización, y vías de acceso al lodge. • Obtener información, documentos y garantía de pago. • Controlar garantía de reserva confirmada que no se presente y pago anticipado. • Confirmar reservas. • Mantener vínculos con los intermediarios. • Manejo de conflictos en su área de trabajo. • Asegurar la satisfacción del cliente. • Ayudar al recepcionista en la atención al grupo. • Asegurar la continuidad de las acciones iniciadas en turnos anteriores. 	
Dependencia: Área comercial	
Pago mensual: \$ 340,00	

3) Área productiva

Cuadro N°108. Manual de funciones del (a) Chef de cocina

Tipo del puesto	Chef de cocina
Áreas de responsabilidad	Alimentación
Tiempo de trabajo	8 horas al día
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación y elaboración de platillos. • Preparación de alimentos, siguiendo los estándares de calidad. • Coordinar el trabajo con el ayudante de cocina. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Manejo higiénico de los alimentos • Llevar un control e inventario del menaje, herramientas, materia prima, etc.
Dependencia: Área productiva
Pago mensual: \$ 600,00

Cuadro N°109. Manual de funciones del Mesero(a)

Tipo del puesto	Mesero (a)
Áreas de responsabilidad	Alimentación
Tiempo de trabajo	8 horas al día
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender la mesa y a los clientes • Presentar el menú o la carta • Servir los alimentos y llevar la cuenta • Mantener en orden las mesas. • Actuar como un nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento • Cuidar la seguridad de los alimentos • Asegurar la satisfacción del cliente 	
Dependencia: Área productiva	
Pago mensual: \$ 340,00	

Cuadro N°110. Manual de funciones del Ama de llaves

Tipo del puesto	Ama de llaves
Áreas de responsabilidad	Alojamiento
Tiempo de trabajo	8 horas al día
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar el trabajo de su departamento • Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo 	

<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo • Administrar el material que este a su cargo • Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo • Operar los equipos relacionados con su actividad • Asegurar la satisfacción del huésped • Apoyar a la gestión del negocio
Dependencia: Área productiva
Pago mensual: \$ 340,00

Cuadro N°111. Manual de funciones del Camarero (a) de pisos

Tipo del puesto	Camarero (a) de pisos
Áreas de responsabilidad	Alojamiento
Tiempo de trabajo	8 horas al día
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limpiar, asear y ordenar la habitaciones • Adecuar la habitación para recibir al huésped • Inspeccionar el estado de una habitación • Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación • Ordenar la habitación ocupada • Efectuar controles y registros • Brindar información del establecimiento al huésped • Velar por la seguridad y privacidad del huésped • Asegurar la satisfacción del cliente 	
Dependencia: Área productiva	
Pago mensual: \$ 340,00	

Cuadro N°112. Manual de funciones del Yachak

Tipo del puesto	Yachak
Áreas de responsabilidad	Centro ceremonial
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar las ceremonias de acuerdo al número de turistas que requieran de este servicio • Adecuar el centro ceremonial de acuerdo a la temporada y al tipo de ceremonia • Interactuar con el visitante para que pueda comprender mas sobre las ceremonias andinas • Brindar un servicio de medicina ancestral andina. • Hablar en las ceremonias de la importancia de la cosmovisión andina • Fortalecer en los que asistan a la ceremonia sobre este tipo de actividades milenarias • Informar sobre los elementos que se utilizan para la ceremonia y su diferente función • Crear un conciencia cultural en las personas que asistan a las ceremonias 	
Dependencia: Área productiva	
Pago mensual: \$ 600,00	

Cuadro N°113. Manual de funciones del Conductor de transporte turístico terrestre

Tipo del puesto	Chofer
Áreas de responsabilidad	Productiva
<p style="text-align: center;">Tareas propias del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar y adecuar el vehículo para recibir a los turistas • Conducir el vehículo en los recorridos turísticos • Cuidar y controlar los documentos y registros que tengan que ver con el vehículo • Reparar las fallas que tenga el vehículo • Implementar buenas prácticas de turismo sostenible como: el no arrojar basura por las ventanas, respetar las leyes ambientales al conducir, recolectar la basura en recipientes especiales de recolección. • Mantener seguridad y privacidad del turista 	
Dependencia: Área productiva	
Pago mensual: \$ 553,00	